EN

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA WISMA GRAND KEMALA PALEMBANG

Diajukan oleh :

TETO T. PRASETYO
NIM. 01033110056

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008

07
/1

S
658.812 07
Pra
p
e-1
2008

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA WISMA GRAND KEMALA PALEMBANG

-17929
-18364

ILMU ALAT PENGABDIAN

Diajukan oleh :

TETO T. PRASETYO
NIM. 01033110056

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: TETO T. PRASETYO
NIM	: 01033110056
JURUSAN	: MANAJEMEN
PROGRAM STUDI	: STRATA 1
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA WISMA GRAND KEMALA PALEMBANG

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN		DOSEN PEMBIMBING
Tanggal 13 - Oktober - 2008	Ketua :	Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
Tanggal 10 - oktober - 2008	Anggota :	Drs.H.Dian Eka, M.M

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA	: TETO T. PRASETYO
NIM	: 01033110056
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA WISMA GRAND KEMALA PALEMBANG

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 5 Oktober 2008 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 21 November 2008

Ketua,	Anggota,	Anggota,
Dr. Zakaria Wahab, M.B.A	Drs.H.DianEka,M.M	Drs.Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131413969	NIP. 131885906	NIP. 131474902

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131474902

Motto :

"Failure is success,

if we learn from it".

Kupersembahkan untuk :

- *Keluargaku Tercinta*
- *Almamater yang ku banggakan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas izinNya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Wisma Grand Kemala Palembang. Penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Gambaran Umum Perusahaan, Bab IV Pembahasan, dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari teknik penelitian arsip (*archival research*). Teknik penelitian arsip ini dapat diperoleh melalui data dari pihak hotel, BPS, dari luar perusahaan dan sebagainya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *tangible* merupakan dimensi kualitas yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen, oleh karena itu pihak perusahaan harus senantiasa mempertahankan dan meningkatkan pelayanan terutama pada dimensi tersebut. Misalnya dengan meningkatkan kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan; penataan interior dan eksterior ruangan; meningkatkan dan menambah fasilitas yang telah ada; serta meningkatkan penampilan karyawan wisma.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademisi bagi penelitian manajemen pemasaran.

Penulis

Teto T. Prasetyo

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Wisma Grand Kemala Palembang." Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik moril maupun material dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. Syamsurijal, AK, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. Yuliansyah M. Diah, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Dr. Zakaria Wahab, M.B.A, Pembimbing I Skripsi
5. Drs.H.Dian Eka, M.M, Pembimbing II Skripsi
6. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Om Bendut Haribowo yang telah memberikan bantuan dan fasilitas yang terbaik.
8. Pimpinan dan staf karyawan Wisma Grand Kemala Palembang
9. Kedua orang tuaku yang tercinta, serta kakakku yang telah memberikan dukungan baik moril maupun pendanaan.
10. Riri Dwi Gusrini dan Keluarga besar yang telah banyak memberikan dukungan.
11. Staf Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
12. Teman-teman sejawat seangkatan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Semoga Allah S.W.T membalas budi baiknya dan berkah kepada kita semua, Amin.

Penulis,

Teto T. Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR v
UCAPAN TERIMA KASIH vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
ABSTRAKSI xiii
ABSTRACT xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Perumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Kerangka Konseptual Penelitian 7
1.6 Metode Penelitian 8
1.6.1 Rancangan Penelitian 8
1.6.2 Populasi dan Sampel 8
1.6.3 Teknik Pengambilan Sampel 9
1.6.4 Variabel Penelitian 9
1.6.4.1 Identifikasi Variabel 9
1.6.4.2 Operasionalisasi Variabel 10
1.6.4.3 Pengukuran Variabel 12
1.6.5 Jenis dan Sumber Data 13
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data 14
1.6.7 Teknik Analisis Data 14
1.7 Sistematika Pembahasan 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 18
2.1.2 Hotel 18
2.1.2.1 Pengertian Hotel 18
2.1.2.2 Pengertian Hotel di Indonesia 19
2.1.2.3 Fasilitas Usaha Hotel 21

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
No. DAFTAR : 090008
TANGGAL : 05 JAN 2009

2.1.2.4 Klasifikasi Usaha Hotel 21
2.1.2.5 Pemasaran Hotel 23
2.1.3 Jasa 25
2.1.3.1 Konsep Jasa 25
2.1.3.2 Klasifikasi Jasa 26
2.1.3.3 Karakteristik Jasa 27
2.1.3.4 Kualitas Pelayanan 31
2.1.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 34
2.2 Penelitian Terdahulu 35
2.3 Hipotesis 36
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian 37

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan 38
3.2 Visi dan Misi Wisma Grand Kemala 40
3.3 Struktur Organisasi 41
3.4 Uraian Tugas 43
3.5 Jumlah Karyawan dan Jadwal Kerja 49
3.6 Lingkup Operasi Perusahaan 49
3.7 Produk / Jasa 50
3.8 Servis dan Fasilitas 51
3.9 Tarif 56
3.10 Promosi 57

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Uji Kuesioner 58
4.1.1 Uji Validitas 58
4.1.2 Uji Realibilitas 59
4.2 Profil Responden 60
4.2.1 Jenis Kelamin 60
4.2.2 Usia 61
4.2.3 Profesi 61
4.2.4 Pendidikan Terakhir 62
4.2.5 Penghasilan per Bulan 63
4.3 Perilaku Konsumen 64
4.4 Lama menginap 64
4.5 Analisis Deskriptif Variabel Utama 65

4.5.1	Variabel Bebas	65
4.5.1.1	Kebersihan, Kerapian dan Kenyamanan Ruangan ($X_{1.1}$)	66
4.5.1.2	Penataan Interior dan Eksterior Ruangan ($X_{1.2}$)	66
4.5.1.3	Kelengkapan Fasilitas Yang Ada Seperti Lobby, Sofa, Tv, Kulkas dan lain – lain ($X_{1.3}$)	67
4.5.1.4	Penampilan Karyawan Hotel ($X_{1.4}$)	68
4.5.1.5	Fasilitas Parkir Yang Memadai ($X_{1.5}$)	69
4.5.1.6	Kecepatan Penanganan Administrasisi Konsumen ($X_{2.1}$)	69
4.5.1.7	Ketepatan Pemesanan Kamar Hotel ($X_{2.2}$)	70
4.5.1.8	Ketepatan Penagihan dan Pembayaran Uang ($X_{2.3}$)	71
4.5.1.9	Pelayanan Kamar Yang Cepat dan Tepat ($X_{2.4}$)	72
4.5.1.10	Kecepatan dan Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Keluhan Konsumen ($X_{3.1}$)	72
4.5.1.11	Kecepatan Petugas Administrasi Dalam Menyelesaikan Komplain Konsumen ($X_{3.2}$)	73
4.5.1.12	Kecepatan Tindakan Karyawan Saat Konsumen Membutuhkan ($X_{3.3}$)	74
4.5.1.13	Keterampilan Karyawan Dalam Bekerja ($X_{4.1}$)	75
4.5.1.14	Jaminan Keamanan Selama Tinggal di Hotel ($X_{4.2}$)	76
4.5.1.15	Kelengkapan Fasilitas Apabila Terjadi Musibah Seperti Tangga Darurat, Alarm Kebakaran, dan sebagainya ($X_{4.3}$)	77
4.5.1.16	Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Setiap Konsumen ($X_{5.1}$)	77
4.5.1.17	Karyawan Memperhatikan Keluhan Konsumen ($X_{5.2}$)	78
4.5.1.18	Pelayanan Kepada Semua Konsumen Tanpa Memandang Status Sosial dan Kelas Kamar ($X_{5.3}$)	79
4.5.2	Variabel Terikat	80
4.5.2.1	Kebersihan, Kerapian dan Kenyamanan Ruangan ($Y_{1.1}$)	80
4.5.2.2	Penataan Interior dan Eksterior Ruangan ($Y_{1.2}$)	80
4.5.2.3	Kelengkapan Fasilitas Yang Ada Seperti Lobby, Sofa, Tv, Kulkas dan lain – lain ($Y_{1.3}$)	80
4.5.2.4	Penampilan Karyawan Hotel ($Y_{1.4}$)	82
4.5.2.5	Fasilitas Parkir Yang Memadai ($Y_{1.5}$)	82
4.5.2.6	Kecepatan Penanganan Administrasisi Konsumen ($Y_{2.1}$)	83
4.5.2.7	Ketepatan Pemesanan Kamar Hotel ($Y_{2.2}$)	84
4.5.2.8	Ketepatan Penagihan dan Pembayaran Uang ($Y_{2.3}$)	84
4.5.2.9	Pelayanan Kamar Yang Cepat dan Tepat ($Y_{2.4}$)	85
4.5.2.10	Kecepatan dan Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Keluhan Konsumen ($Y_{3.1}$)	86
4.5.2.11	Kecepatan Petugas Administrasi Dalam Menyelesaikan	86

	Komplain Konsumen ($Y_{3.2}$)	
4.5.2.12	Kecepatan Tindakan Karyawan Saat Konsumen Membutuhkan ($Y_{3.3}$)	87
4.5.2.13	Keterampilan Karyawan Dalam Bekerja ($Y_{4.1}$)	88
4.5.2.14	Jaminan Keamanan Selama Tinggal di Hotel ($Y_{4.2}$)	88
4.5.2.15	Kelengkapan Fasilitas Apabila Terjadi Musibah Seperti Tangga Darurat, Alarm Kebakaran, dan sebagainya ($Y_{4.3}$)	89
4.5.2.16	Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Setiap Konsumen ($Y_{5.1}$)	90
4.5.2.17	Karyawan Memperhatikan Keluhan Konsumen ($Y_{5.2}$)	91
4.5.2.18	Pelayanan Kepada Semua Konsumen Tanpa Memandang Status Sosial dan Kelas Kamar ($Y_{5.3}$)	91
4.6	Analisis Regresi	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

..... 98

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Banyaknya Hotel di Kota Palembang	4
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan Wisma Grand Kemala	4
Tabel 1.3	Pengukuran Variabel Independen	12
Tabel 1.4	Pengukuran Variabel Dependen	13
Tabel 3.1	Jenis dan Jumlah Kamar Wisma Grand Kemala	51
Tabel 3.2	Tarif kamar Wisma Grand Kemala	57
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 4.2	Profil Pelanggan Menurut JenisKelamin.....	60
Tabel 4.3	Profil Pelanggan Menurut Usia	61
Tabel 4.4	Profil Pelanggan Menurut Profesi	62
Tabel 4.5	Profil Pelanggan Menurut Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.6	Profil Pelanggan Menurut Penghasilan per Bulan	64
Tabel 4.7	Lama Menginap	65
Tabel 4.8	Penilaian Pelanggan Terhadap Kebersihan, Kerapian dan Kenyamanan Ruangan ($X_{1.1}$)	66
Tabel 4.9	Penilaian Pelanggan Terhadap Penataan Interior dan Eksterior Ruangan ($X_{1.2}$)	67
Tabel 4.10	Penilaian Pelanggan Terhadap Kelengkapan Fasilitas Yang	67

	Ada Seperti Lobby, Sofa, Tv, Kulkas dan lain – lain ($X_{1.3}$) ...	
Tabel 4.11	Penilaian Pelanggan Terhadap Penampilan Karyawan Hotel ($X_{1.4}$)	68
Tabel 4.12	Penilaian Pelanggan Terhadap Fasilitas Parkir Yang Memadai ($X_{1.5}$)	69
Tabel 4.13	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan Penanganan Administrasisi Konsumen ($X_{2.1}$)	70
Tabel 4.14	Penilaian Pelanggan Terhadap Ketepatan Pemesanan Kamar Hotel ($X_{2.2}$)	70
Tabel 4.15	Penilaian Pelanggan Terhadap Ketepatan Penagihan dan Pembayaran Uang ($X_{2.3}$)	71
Tabel 4.16	Penilaian Pelanggan Terhadap Pelayanan Kamar Yang Cepat dan Tepat ($X_{2.4}$)	72
Tabel 4.17	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan dan Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Keluhan Konsumen ($X_{3.1}$)	73
Tabel 4.18	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan Petugas Administrasi Dalam Menyelesaikan Komplain Konsumen ($X_{3.2}$)	74
Tabel 4.19	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan Tindakan Karyawan Saat Konsumen Membutuhkan ($X_{3.3}$)	75
Tabel 4.20	Penilaian Pelanggan Terhadap Keterampilan Karyawan Dalam Bekerja ($X_{4.1}$)	75
Tabel 4.21	Penilaian Pelanggan Terhadap Jaminan Keamanan Selama Tinggal di Hotel ($X_{4.2}$)	76
Tabel 4.22	Penilaian Pelanggan Terhadap Kelengkapan Fasilitas Apabila Terjadi Musibah Seperti Tangga Darurat, Alarm Kebakaran, dan sebagainya ($X_{4.3}$)	77
Tabel 4.23	Penilaian Pelanggan Terhadap Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Setiap Konsumen ($X_{5.1}$)	78
Tabel 4.24	Penilaian Pelanggan Terhadap Karyawan Memperhatikan Keluhan Konsumen ($X_{5.2}$)	78
Tabel 4.25	Penilaian Pelanggan Terhadap Pelayanan Kepada Semua Konsumen Tanpa Memandang Status Sosial dan Kelas Kamar ($X_{5.3}$)	79
Tabel 4.26	Penilaian Pelanggan Terhadap Kebersihan, Kerapian dan Kenyamanan Ruangan ($Y_{1.1}$)	80
Tabel 4.27	Penilaian Pelanggan Terhadap Penataan Interior dan Eksterior Ruangan ($Y_{1.2}$)	81
Tabel 4.28	Penilaian Pelanggan Terhadap Kelengkapan Fasilitas Yang Ada Seperti Lobby, Sofa, Tv, Kulkas dan lain – lain ($Y_{1.3}$) ...	81
Tabel 4.29	Penilaian Pelanggan Terhadap Penampilan Karyawan Hotel ($Y_{1.4}$)	82
Tabel 4.30	Penilaian Pelanggan Terhadap Fasilitas Parkir Yang Memadai ($Y_{1.5}$)	83
Tabel 4.31	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan Penanganan Administrasisi Konsumen ($Y_{2.1}$)	83
Tabel 4.32	Penilaian Pelanggan Terhadap Ketepatan Pemesanan Kamar Hotel ($Y_{2.2}$)	84

Tabel 4.33	Penilaian Pelanggan Terhadap Ketepatan Penagihan dan Pembayaran Uang ($Y_{2.3}$)	85
Tabel 4.34	Penilaian Pelanggan Terhadap Pelayanan Kamar Yang Cepat dan Tepat ($Y_{2.4}$)	85
Tabel 4.35	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan dan Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Keluhan Konsumen ($Y_{3.1}$)	86
Tabel 4.36	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan Petugas Administrasi Dalam Menyelesaikan Komplain Konsumen ($Y_{3.2}$)	87
Tabel 4.37	Penilaian Pelanggan Terhadap Kecepatan Tindakan Karyawan Saat Konsumen Membutuhkan ($Y_{3.3}$)	87
Tabel 4.38	Penilaian Pelanggan Terhadap Keterampilan Karyawan Dalam Bekerja ($Y_{4.1}$)	88
Tabel 4.39	Penilaian Pelanggan Terhadap Jaminan Keamanan Selama Tinggal di Hotel ($Y_{4.2}$)	89
Tabel 4.40	Penilaian Pelanggan Terhadap Kelengkapan Fasilitas Apabila Terjadi Musibah Seperti Tangga Darurat, Alarm Kebakaran, dan sebagainya ($Y_{4.3}$)	89
Tabel 4.41	Penilaian Pelanggan Terhadap Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Setiap Konsumen ($Y_{5.1}$)	90
Tabel 4.42	Penilaian Pelanggan Terhadap Karyawan Memperhatikan Keluhan Konsumen ($Y_{5.2}$)	91
Tabel 4.43	Penilaian Pelanggan Terhadap Pelayanan Kepada Semua Konsumen Tanpa Memandang Status Sosial dan Kelas Kamar ($Y_{5.3}$)	92
Tabel 4.44	Model R. Square(b)	92
Tabel 4.45	*ANOVA(b)*.....	93
Tabel 4.46	*Coefficients(a)*	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Konseptual Penelitian	7
Gambar 2.1	Dimensi Kualitas Pelayanan	30
Gambar 2.2	Service Model	34
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual Penelitian	37
Gambar 3.1	Lokasi Wisma Grand Kemala	40
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Wisma Grand Kemala	42
Gambar 3.3	*Swimming Pool*.....	52
Gambar 3.4	*Coffee shop*	53
Gambar 3.5	*Businness Centre*	53
Gambar 3.6	*Meeting Room*	55
Gambar 3.7	*Karaoke Room*	55

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisma Grand Kemala

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma Grand Kemala Palembang terhadap kepuasan pelanggan, 2) untuk mengetahui faktor-faktor pelayanan manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan Wisma Grand Kemala Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *tangible* merupakan dimensi kualitas yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen, oleh karena itu pihak perusahaan harus senantiasa mempertahankan pelayanan terutama pada dimensi tersebut. Misalnya dengan meningkatkan kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan; penataan interior dan eksterior ruangan; meningkatkan dan menambah fasilitas yang telah ada; serta meningkatkan penampilan karyawan wisma.

Dalam usaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya, Wisma Grand Kemala harus terus mempertahankan kualitas pelayanannya. Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menyatakan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Wisma Grand Kemala.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

The Effect of Service Quality to Customers Satisfaction in Wisma Grand Kemala

ABSTRACT

The objectives of this research is to 1) To know how much influence of Service Quality of Customer Service gift by Grand Kemala Quest House in Palembang, 2) To know which factors in Service Quality is most influance in Customer Service of Grand Kemala Quest House in Palembang.

Research finding shown that tangible dimension from Service Quality are most influence in Customer Service. There for, the company must maintain service in that dimension. As like, increasing the cleanest, neatness, and comfort ness; setting interior and eksterior room; increasing facilities; also the appearence Grand Kemala Quest. House employée..

To give the best service to customers, Grand Kemala Quest House must maintain their service quality. because the result of examination show most of the customers are satisfied with service quality in Grand Kemala Quest House

Key Words: Service Quality and Customers Service.

BAB I

PENDAHULUAN

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini, perkembangan sektor industri jasa meningkat pesat. Hal ini disebabkan karena kebutuhan dan keinginan serta permintaan masyarakat terus meningkat. Negara Indonesia yang masih tergolong negara berkembang dewasa ini sedang giat-giatnya melakukan pembangunan di segala sektor termasuk diantaranya pembangunan di sektor pariwisata. Pembangunan di bidang ini memiliki sasaran, selain memperkenalkan tradisi budaya juga melestarikan keindahan alam di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari salah satu program yang telah dijalankan oleh pemerintah yaitu menetapkan masing-masing daerah di Indonesia sebagai daerah tujuan wisata.

Alasan-alasan sektor pariwisata dipacu untuk dijadikan komoditi andalan untuk mendukung kelangsungan pembangunan nasional antara lain: (Gamal Suwantoro,1994: Hal.25)

"1. Pola perjalanan wisata di dunia yang terus meningkat dari tahun ke tahun.
2. Pariwisata tidak begitu terpengaruh gejolak ekonomi dunia, disamping pertumbuhannya yang lebih cepat dari pada pertumbuhan ekonomi dunia.
3. Meningkatnya kegiatan ekonomi daerah dan pengaruh ganda dari pengembangan pariwisata tampak lebih nyata. Komoditi pariwisata tidak mengenal proteksi seperti komoditi lainnya.
4. Potensi pariwisata Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang beraneka ragam macamnya tidak akan habis terjual.
5. Pariwisata sudah menjadi kebutuhan hidup manusia umumnya."

Pada dasarnya berpariwisata adalah suatu proses berpergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, sedangkan wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata yang lama

tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang di kunjungi (Gamal Suwantoro, 1994: Hal.3).

Menurut Bukart dan Medlik (1981), wisatawan memiliki empat ciri utama. Keempat ciri utama itu adalah: (Glen F. Ross, 1998:Hal.4)

"1. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di berbagai tempat tujuan.
2. Tempat tujuan wisata berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja ditempat tujuan wisata.
3. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan karena itu perjalanannya bersifat jangka pendek dan sementara.
4. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap ditempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah."

Perhotelan merupakan salah satu sarana pelengkap dalam dunia pariwisata. Perhotelan memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang kegiatan pariwisata serta penerimaan pajak daerah, sehingga usaha perhotelan seyogyanya dikelola secara profesional agar semua apa yang menjadi harapan pemerintah dan masyarakat terwujud.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Timbulnya kepuasan dapat disebabkan karena kualitas pelayanan, puas karena ketepatan waktu, puas karena harganya, puas karena keramahannya, dan puas karena sambutan yang hangat waktu datang. Kepuasan tamu atau pelanggan ini didasarkan pada pengalaman dan harapan.

Menurut J. Supranto (1997:Hal.23), kepuasan dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan apa yang diharapkannya. Seorang konsumen yang merasa puas terhadap nilai yang diberikan oleh barang atau jasa kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Dengan adanya kepuasan pelanggan, perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat, antara lain: (Fandy Tjiptono,1997:Hal.119)

"1. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan akan menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.
3. Pelanggan bisa membeli produk yang lain yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan."

Sebuah perusahaan menyadari bahwa pelanggan akan mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini, sebuah perusahaan memerlukan sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Perhatian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen tidak hanya dilakukan oleh perusahaan yang menghasilkan produk barang saja, terlebih pada perusahaan yang menghasilkan jasa. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan.

Jumlah hotel yang ada di kota Palembang saat ini bisa dilihat pada tabel 1.1 berikut:

TABEL 1.1
BANYAKNYA HOTEL DI KOTA PALEMBANG
TAHUN 2006

Kecamatan	Berbintang	Akomodasi
	Unit	Unit
Kertapati	0	5
Plaju	0	2
IB I	2	5
Bukit Kecil	2	8
Ilir Timur I	5	26
Kemuning	1	3
Ilir imur II	1	4
Sukarami	1	10
Jumlah	**11**	**63**

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Palembang

Salah satu dari ke 11 hotel di atas adalah Wisma Grand Kemala yang berstatus hotel berbintang 3 mulai dikenal masyarakat walaupun banyak hotel berbintang lain di kota Palembang. Hal ini ditunjukkan dengan data jumlah pelanggan yang menginap di Wisma Grand Kemala selama 11 bulan terakhir. Adapun jumlah pelanggan Wisma Grand Kemala selama 11 bulan terakhir dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut:

TABEL 1.2
JUMLAH PELANGGAN WISMA GRAND
KEMALA PERIODE 2007 – 2008

Bulan	ROR (Rate Of Room) (%)	Tingkat Hunian
Mei	55,52%	662
Juni	82,58%	1124
Juli	82,10%	1130
Agustus	67,74%	944
September	62,20%	972
Oktober	61,58%	874
November	64,39%	896
Desember	80,79%	1161
Januari	66,86%	1038
Februari	66,77%	849
Maret	60,75%	971
Jumlah		10621

Sumber: Wisma Grand Kemala Palembang

Salah satu indikator keberhasilan sebuah hotel adalah rata-rata tingkat hunian kamar (*Average Room Occupancy Rate*) pada sebuah hotel. *Average Room Occupancy*

Rate adalah suatu ukuran yang dapat dijadikan sebagai alat untuk menilai keberhasilan sebuah hotel secara komersial, hal ini dapat dilihat pada jumlah kamar yang disediakan serta perhitungannya dalam jangka waktu tertentu.

Dari tabel 1.2 diatas, menunjukkan rata-rata tingkat hunian kamar Wisma Grand Kemala cukup stabil diatas 60% dan terjadi peningkatan signifikan pada bulan Juni, Juli, Desember serta Januari. Dilain pihak target dari manajemen hotel tersebut adalah 70%. "Bisnis hotel berkembang pesat bila rata-rata tingkat hunian kamar hotel mencapai 75% ke atas, berkembang pelan bila tingkat hunian 50 – 74%, kurang berkembang /merosot pada tingkat hunian 26 – 49% dan bangkrut pada tingkat hunian 25% kebawah." (Zarmawis Ismail, 2004:Hal.73)

Sesuai dengan misi yang diusung Wisma Grand Kemala yaitu "memberikan pelayanan hotel bintang kepada semua *customer*", dimana kepuasan pelanggan menjadi segalanya, apalagi ketika tingkat persaingan semakin tinggi. Selain letak yang strategis dan mudah dijangkau, pelayanan yang diberikan karyawan sangat ramah, *lobby* yang cukup nyaman karena disediakan tempat duduk dan televisi, dan juga fasilitas-fasilitas yang lengkap yang ada di Wisma Grand Kemala.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan segi kualitas pelayanan perusahaan jasa perhotelan dengan judul:

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA WISMA GRAND KEMALA PALEMBANG"

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada Wisma Grand Kemala Palembang.
2. Faktor-faktor pelayanan manakah yang dominan dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma Grand Kemala Palembang terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pelayanan manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan Wisma Grand Kemala Palembang.

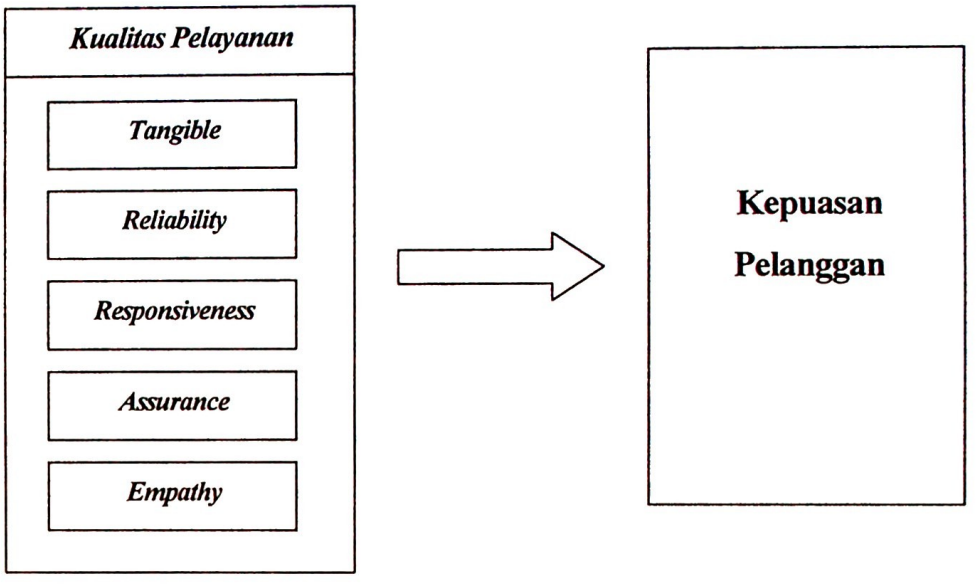
1.4. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan, antar lain:

1. Dapat memberikan kontribusi atau bahan masukan bagi pihak Wisma Grand Kemala dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pelayanan dan kinerja terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dapat dijadikan wawasan dan pengalaman peneliti yang berkaitan dengan strategi pelayanan dan kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

1.5. KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN

Kerangka konseptual tersebut berdasarkan teori dimensi *Service Quality* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1

Kerangka Konseptual Penelitian

Kelima unsur tersebut adalah *Tangible* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsivness* (ketanggapan), *Assurance* (keyakinan), serta *Empathy* (empati) akan menjadi acuan utama dalam kerangka penelitian ini.

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS SRIWIJAYA UPT PERPUSTAKAAN

1.6 METODE PENELITIAN

1.6.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian ini adalah riset konklusif. Riset konklusif bertujuan utama untuk menguji hubungan spesifik tertentu (Singgih Santoso, 2001:Hal.48). Riset konklusif ini terdiri atas dua macam, yaitu riset deskriptif dan riset kausal. Didalam penelitian yang akan diadakan ini menggunakan riset kausal.

Riset kausal, yaitu tipe riset konklusif yang bertujuan utama menentukan hubungan sebab akibat (hubungan kausal) dari suatu fenomena. (Singgih Santoso, 2001:Hal.48) Riset kausal cocok untuk tujuan - tujuan berikut :

a) Memahami variabel yang menjadi penyebab (variabel independen) dan variabel yang menjadi akibat (variabel dependen) dari suatu fenomena.
b) Menentukan karakteristik hubungan antara variabel kausal dampak yang diprediksi.

1.6.2 Populasi dan Sampel

"Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu, sedangkan sampel adalah bagian atau cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci". (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002. Hal:48)

Sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah menginap di Wisma Grand Kemala Palembang sebanyak 110 orang.

1.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel ini dipilih berdasarkan metode pengambilan sampel yang bersifat *non probability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling,* dimana dalam memilih responden didasarkan atas pertimbangan subjektif yaitu memilih konsumen yang pernah menginap dan kembali menginap di Wisma Grand Kemala.

Untuk penentuan besarnya sampel, dilakukan dengan menggunakan formula Slovin sebagai berikut (Husein Umar, 2000:Hal 146):

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

dimana, n = jumlah sampel

N = populasi

e = toleransi kesalahan, e ditentukan (range 1 – 10%)

Di dalam penelitian ini e ditentukan sebesar 10%, maka besarnya sampel :

$$n = \frac{10.621}{1 + (10.621(0,1)^2)} = \frac{10.621}{1 + 106,21} = \frac{10.621}{107,21} = 99,06 \text{ orang}$$

Jadi, sampel yang diambil sebanyak 99,06 dan dibulatkan keatas menjadi 100 orang. Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel pada penelitian ini direncanakan sebanyak 100 orang. Dan untuk mengantisipasi kekurangan data, maka akan disebarkan sebanyak 110 kuesioner.

1.6.4. Variabel Penelitian

1.6.4.1 Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Dependen (Y), yaitu kepuasan pelanggan Wisma Grand Kemala Palembang.

2. Variable Independen (X), yaitu variabel kualitas pelayanan (*Service Quality*), yang mencakup dimensi bukti nyata (*tangible*), dimensi keandalan (*realibility*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*), dan dimensi empati (*emphaty*).

1.6.4.2 Operasionalisasi Variabel

Agar tidak terjadi perbedaaan pandangan dalam mendefinisikan variabel-variabel yang akan dianalisis, maka perlu diberikan batasan operasional dari variabel-variabel tersebut.

a. Variabel independen (X)

1. *Tangible* (Berwujud)

   Dimensi tangible (X_1), yaitu bukti fisik yang dapat dilihat dan diraba. Dimensi ini mencakup:

   a. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan
   b. Tata ruang interior dan eksterior ruangan
   c. Kelengkapan fasilitas yang ada
   d. Penampilan karyawan hotel
   e. Fasilitas parkir yang memadai

2. *Realibility* (Kehandalan)

   Dimensi *Realibility* (X_2), berupa kehandalan hotel dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat waktu, akurat, yang tercakup dalam item berikut :

   a. Kecepatan penanganan administrasi konsumen
   b. Ketepatan pemesanan kamar hotel
   c. Ketepatan penagihan dan pembayaran uang

d. Pelayanan kamar yang cepat dan tepat

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi *Responsiveness* (X_3), yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan yang tercakup dalam item berikut:

a. Kecepatan karyawan dalam menyelesaikan keluhan konsumen
b. Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan konsumen
c. Kecepatan petugas administrasi dalam menyelesaikan komplain konsumen
d. Kecepatan tindakan karyawan saat konsumen membutuhkan

4. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi *Assurance* (X_4) ini mengukur kemampuan hotel untuk dapat memberikan perhatian yang sifatnya individual secaa tulus kepada konsumen hotel dan memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi dengan konsumen serta memahami pelanggan, yang tercakup dalam item berikut:

a. Karyawan memberikan perhatian khusus kepada setiap konsumen
b. Karyawan memperhatikan keluhan konsumen
c. Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial dan kelas kamar.

5. *Emphaty* (Empati)

Dimensi *Emphaty* (X_5) yaitu kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan dan kemampuan memahami kebutuhan konsumen hotel yang tercakup dalam item berikut :

a. Karyawan memberikan perhatian khusus kepada setiap konsumen

b. Karyawan memperhatikan keluhan konsumen

c. Pelayanan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial dan kelas kamar

b. Variabel dependen (Y), kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma Grand Kemala Palembang.

1.6.4.3 Pengukuran Variabel

Untuk pengukuran variabel digunakan daftar pertanyaan secara terstruktur kepada responden yang dipilih. Daftar pertanyaan disusun dengan menggunakan skala ordinal model Likert yakni dengan membuat nilai atau kelas-kelas terhadap ukuran variabel penelitian. Pengukuran untuk variabel dengan jawaban pilihan yang dibuat berjenjang mulai dari paling rendah sampai paling tinggi.

Pengukuran terhadap variabel independen menggunakan :

Tabel 1.3

Skala Penilaian					
STB	**TB**	**KB**	**CB**	**B**	**SB**
1	2	3	4	5	6

Keterangan :

- STB = Sangat Tidak Baik
- TB = Tidak Baik
- KB = Kurang Baik
- CB = Cukup Baik
- B = Baik

- SB = Sangat Baik

Pengukuran terhadap variabel dependen menggunakan:

Tabel 1.4

Skala Penilaian					
STP	**TP**	**KP**	**CP**	**P**	**SP**
1	2	3	4	5	6

Keterangan :

- STP = Sangat Tidak Puas
- TP = Tidak Puas
- KP = Kurang Puas
- CP = Cukup Puas
- P = Puas
- SP = Sangat Puas

1.6.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui kuesioner.

2. Data sekunder

   Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, dimana jenis data ini terbagi dua, yaitu:

   a. Data internal, yaitu data yang diperoleh dari internal perusahaan.

b. Data eksternal, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber lain diluar perusahaan seperti hasil penelitian atau data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Teknik pengumpulan data primer

   Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner (daftar pertanyaan) kepada 110 responden.

2. Teknik pengumpulan data sekunder

   Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan teknik penelitian arsip (*archival research*). Teknik penelitian arsip ini dapat diperoleh melalui data dari pihak hotel, BPS, dari luar perusahaan dan sebagainya. Selain itu, pengumpulan data dengan teknik ini juga dilakukan dengan menggunakan media internet.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan penelitian sesungguhnya, maka akan dilaksanakan pengujian kuesioner yang meliputi uji *validitas* dan *realibilitas* terhadap 15 responden. Jika hasil pretest kuesioner memenuhi syarat *validitas* dan *realibilitas* maka kuesioner tersebut dinyatakan memenuhi syarat dan selanjutnya disebarkan kepada 110 responden.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah teknik

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS SRIWIJAYA UPT PERPUSTAKAAN

analisis kuantitatif dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda (*mulitple regresion*). Persamaan regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \epsilon$$

Keterangan:

Y	=	Tingkat Kepuasan Pelanggan
a	=	Konstanta
b_1	=	Koefisien Regresi untuk X_1
X_1	=	Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan dimensi *tangibles*
b_2	=	Koefisien Regresi untuk X_2
X_2	=	Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan dimensi *reliability*
b_3	=	Koefisien Regresi untuk X_3
X_3	=	Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan dimensi *responsivness*
b_4	=	Koefisien Regresi untuk X_4
X_4	=	Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan dimensi *assurance*
b_5	=	Koefisien Regresi untuk X_5
X_5	=	Kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan dimensi *empathy*
ϵ	=	Error

1.7. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Tujuan dari sistematika pembahasan adalah agar dapat memberikan gambaran secara garis besar isi dari skripsi ini dan menggambarkan hubungan bab yang satu dengan bab yang lain. Berikut ini akan diuraikan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I **PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis akan menguraikan apa yang menjadi latar belakang pemilihan judul skripsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, lokasi penelitian, serta sistematika pembahasan penelitian.

BAB II **LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan dikemukakan tentang teori-teori dan konsep yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Secara singkat diuraikan tentang konsep dan pengertian pemasaran, konsep dan pengertian jasa, definisi pemasaran jasa, konsep kualitas pelayanan, dan konsep kepuasan konsumen dan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini akan digambarkan mengenai keadaan umum perusahaan meliputi sejarah singkat berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi beserta tugas dan kewajiban masing-masing, serta aktivitas pemasaran perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini merupakan isi utama dari skripsi ini. Kemudian akan dilakukan analisis pengaruh kepuasan pelanggan Wisma Grand Kemala Palembang, dimana ditampilkan hasil pengolahan data serta penganalisaan hasil pengolahan tersebut..

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dimana mengemukakan beberapa kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis pada bab-bab terdahulu. Selanjutnya penulis akan mengemukakan saran-saran.

Daftar Pustaka

Gamal Suwantoro. 1994. *Dasar-dasar Pariwisata.* Penerbit Andi: Yogyakarta.

Glenn F. Ross. 1998. *Psikologi Pariwisata.* Yayasan Obor Indonesia: Jakarta.

Oka A. Yoeti. 2004. *Stategi Pemasaran Hotel.* Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi 1.* PT Prenhallindo: Jakarta.

M. Zulkifli. 2003. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Hotel King Palembang.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Inderalaya.

Rahmat Juneidi. 2006. *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Pada Hotel Surabaya Palembang.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Inderalaya.

Yoke M. Ciputra. 2006. *Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Inderalaya.

Zarmawis Ismail. 2004.*Peningkatan Daya Saing Ekonomi Indonesia*: Studi kasus Industri Pariwisata Bali, Jawa Barat, dan Sulawesi Selatan: Jakarta

Alex S. Nitisemito. 1977. *Marketing. Ghalia Indonesia*: Jakarta.

Rambat Lupiyoadi. 1999. *Manajemen Pemasaran Jasa,* Penerbit Salemba Empat

Joel R. Evans dan Barry Berman. 1990. Marketing, 4thed, Macmillan Publishing: New York

Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat. Jakarta

Bilson Simamora. 2004. *Riset Konsumen (Falsafah, Teori dan Aplikasi).* Gramedia Pustaka Utama.

Bilson Simamora, 2002. *Aura Merek (Tujuh Langkah Membangun Merek yang Kuat)*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

82 00 00 00 90 75