



## Intisari

Dalam penelitian thesis “Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas pada Hotel Borobudur Jakarta” ini, peneliti mencoba untuk memberikan suatu penelitian secara menyeluruh dari sisi produk jasa yang ditawarkan hotel kepada pelanggan mulai dari kamar tamu, ruang serbaguna, restoran, fasilitas olah raga, penampilan karyawan hingga kepada desain interior dan keadaan fisik pada hotel. Untuk menilai semua itu peneliti memberikan banyak kuesioner yang dianggap dapat mewakili seluruh pendapat pelanggan mengenai pengalamannya selama ada di Hotel Borobudur tidak terkecuali bagi mereka yang baru pertama kali datang ke hotel. Kuesioner yang diberikan ada sebanyak 91 item dengan menggunakan dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *empathy* dan *tangible* serta kepuasan konsumen dan loyalitas. Namun terdapat pernyataan yang tidak valid pada dimensi *servqual* sebanyak 5 pernyataan dan kepuasan konsumen sebanyak 1 pernyataan sehingga jumlah butir pernyataan menjadi 85 butir.

Sebelum dilakukan tes secara keseluruhan, peneliti mencoba kepada 30 responden pertama dan ternyata hasil yang didapat adalah semua pertanyaan valid dan dilanjutkan kepada responden berikutnya hingga berjumlah 100 responden yaitu pelanggan Hotel Borobudur yang pernah datang mulai dari awal Januari sampai dengan Juni 2010.

Penelitian ini memiliki dua model penelitian yaitu apakah ada pengaruh antara kualitas Jasa dengan kepuasan konsumen kemudian apakah ada pengaruh antara kepuasan konsumen dengan loyalitas. Keterhubungan dan pengaruh antara *service quality* terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas ini dapat dilihat dari hasil yang didapat melalui perhitungan SPSS 13.00 yang menghasilkan adanya signifikan antara kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas tetapi peneliti menemukan adanya ketidak signifikanan antara dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen.

Peneliti juga mendapatkan hasil bahwa faktor jenis kelamin, usia, status, latar belakang pendidikan, pekerjaan, asal datangnya tamu, maksud datangnya tamu, cara pembayaran, apakah ini kunjungan pertama kali, bagaimana anda datang ke hotel, penghasilan perbulan, seberapa sering tamu datang serta media informasi secara signifikan terhadap setiap dimensi kualitas jasa, kepuasan konsumen dan loyalitas tapi dapat juga tidak secara langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas.

Kata kunci : Pemasaran, produk, jasa, kualitas jasa, kepuasan konsumen, loyalitas, perhotelan, *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *empathy* dan *tangible*.



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pada Hotel Borobudur Jakarta**  
PRAMODYA W, Winarti Hening Dyah, Bernardinus Maria Purwanto, Dr., M.B.A  
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## Abstract

In this research of *"Analysis of Quality Service Leverage toward Consumers' Satisfaction and Loyalty at the Borobudur Hotel Jakarta"*, the researcher has tried to give a whole research to the hotel such as guest room, multifunction hall, restaurant, sport facility, the employee performance through the interior design and the physic of hotel building. The researcher has made many questionnaire for measuring service quality, customer satisfaction and loyalty as represent to the customer perception and expectation eventhough for them who came as first experience to the hotel. The questionnaire has 91 items and using of service quality in five dimensions are reliability, assurance, responsiveness, empathy and tangible, customer satisfaction and loyalty. The researcher was found some unvalidity questionnaire in servqual dimension are 5 items and customer satisfaction is 1 item so that the total of questionnaire are 85 items.

Pre test conducted to the Hotel Borobudur consumer to the 30 respondents, and the result is all of questionnaire are valid and the research has continued throught to 100 respondents who ever come to the Hotel Borobudur Jakarta from month of January throught June 2010 because researcher has thought that this data is more update to the research.

This research has had two of models research are if there is service quality leverage to the customer satisfaction and if there is customer satisfaction leverage to the loyalty. These related and leverage among service quality, customer satisfaction and loyalty could be seen as an output from SPSS for windows 13.00 that there are a significant between service quality and customer satisfaction and customer satisfaction and loyalty but researcher was found there is no significancy between responsiveness leverage to the customer satisfaction.

The researcher has found the result that identity respondent factor such as gender, age, status, latest degree, occupation, resedential status, purpose of visit, method of payment, is this your first visit, travel companion, monthly income, frequency of visit and media information could leverage toward 5 servqual dimension consumer satisfaction and loyalty significantly but it can also not affect consumer satisfaction and loyalty directly.

**Keywords:** Marketing, product, service, service quality, customer satisfaction, customer loyalty, hotel, reliability, assurance, responsiveness, empathy, and tangible.