

## KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL X DI MEDAN

Selvie Sianipar

Dosen Tetap Politeknik Mandiri Bina Prestasi

### ABSTRAKSI

Maraknya pembangunan hotel menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Hotel X ini merupakan salah satu hotel berbintang di kota Medan yang berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memuaskan para konsumen. Dalam penelitian ini, departemen yang diteliti adalah departemen *Front Office* yang mempunyai pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan data sebelumnya pada hotel X, periode Agustus 2017-Januari 2018, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung terhadap tingkat hunian kamar secara berturut-turut 91%, 87%, 84%, 76%, 73% dan 78%. Berdasarkan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan korelasi *product moment* diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,734 hal ini menunjukkan bahwa indeks korelasinya kuat, antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan perhitungan koefisien determinan  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  sebesar 7,87 sedangkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,661 berarti nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu.

**Kata kunci :** *kualitas, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan*

### 1.1. Latar Belakang

Pembangunan hotel di berbagai kota di Indonesia semakin meningkat tahun-tahun belakangan ini. Hal ini tidak terlepas dari permintaan pasar yang semakin tinggi terhadap kebutuhan hotel. Hotel bagi kebanyakan orang dianggap kurang penting, namun bagi mereka yang memiliki aktivitas bisnis yang padat yang mengharuskan mereka pergi dari satu kota ke kota lain untuk berbisnis, hal ini tentu saja sangat penting, karena mereka membutuhkan tempat istirahat yang nyaman sebelum kembali menjalankan bisnisnya. Maraknya pembangunan hotel menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka.

Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik. Pelayanan yang berkualitas tentu saja akan menghasilkan kepuasan pelanggan sehingga pe-

langgan akan datang kembali ke hotel tersebut.

Hotel X ini merupakan salah satu hotel berbintang di kota Medan yang berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memuaskan para konsumen. Munculnya hotel-hotel terbaru membuat Hotel X harus terus berbenah untuk tetap mempertahankan pelanggannya agar tidak lari ke pesaingnya.

Dalam penelitian ini, departemen yang diteliti adalah departemen *Front Office* yang mempunyai pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. *Front Office* merupakan tempat segala informasi yang ada di hotel, jika pelayanan yang diberikan oleh *staff* di departemen tersebut tidak prima maka itu akan berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada hotel tersebut.

Berdasarkan data sebelumnya pada hotel X, periode Agustus 2017-Januari 2018, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung terhadap tingkat hunian kamar secara berturut-turut 91%, 87%, 84%, 76%, 73% dan 78%. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul diatas.

### 1.2. Tinjauan Pustaka

#### 1.2.1. Kualitas

Definisi kualitas menurut Goetsh dan Davis (2002) mengemukakan bahwa kualitas merupa-

kan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Sedangkan definisi kualitas menurut Kotler (2009) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk/jasa yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Walaupun kualitas jasa lebih sulit didefinisikan dan dinilai daripada kualitas produk, konsumen tetap akan memberikan penilaian terhadap kualitas jasa, dan hotel perlu memahami bagaimana sebenarnya pengharapan konsumen sehingga hotel dapat merancang jasa yang ditawarkan secara efektif.

### 1.2.2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat *intangible* (tidak berwujud), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain. Kualitas pelayanan seperti yang dikatakan oleh Parasuraman *et al.* (Lupiyoadi 2006) dapat didefinisikan yaitu: seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.

Salah satu model kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model ServQual (*Service Quality*) seperti yang dikembangkan dalam serangkaian penelitian terhadap enam sektor jasa, reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. ServQual (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan diinginkan (*expected service*).

### 1.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Menurut Zeithaml (1990) ada lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

#### 1) *Tangibles*

*Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

#### 2) *Reliability*

*Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

#### 3) *Responsiveness*

*Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

#### 4) *Assurance*

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

#### 5) *Emphaty*

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

### 1.2.4. Tahapan/Prosedur Pelayanan Tamu di Front Office

Menurut Sugiarto (1999), resepsionis adalah petugas hotel yang bertugas melayani tamu yang *check-in* dan kemudian memprosesnya hingga tamu tersebut mendapatkan kamar yang diinginkannya. Pelayanan itu bisa kita dapatkan dari semua orang yang bertugas di *front office* baik melalui *front office manager*, *supervisor*, *reservation*, resepsionis dan juga *concierge*.

Resepsionis adalah orang yang bertugas untuk menyampaikan seluruh informasi tentang fasilitas hotel. Resepsionis merupakan fungsi atau jabatan di bagian penjualan kamar *FO department*. Karyawan *FO Department* terutama resepsionis sebagai ujung tombak pelayanan yang bersifat *cooperative* dan *conscientious*, yang artinya selalu mengutamakan kerja sama serta memiliki sifat yang teliti.

### 3. Pembahasan

Dalam penelitian, penulis mengajukan pernyataan dalam bentuk angket kepada tamu sebanyak 100 orang responden. Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan metode Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{5689}{5689 + (0,10)^2 + 1} = 98,27 = 98$$

Hasil perhitungan metode Slovin diperoleh jumlah pelanggan yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 98 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka jumlah pengguna yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan dengan taraf kesalahan 10%.

Berdasarkan jawaban angket kualitas pelayanan dari 100 orang responden tamu yang datang ke Hotel X, maka diperoleh data pengolahan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabulasi Total Skor Kualitas Pelayanan

| No. Resp | Nomor Item Pertanyaan Kualitas Pelayanan |     |     |     |     |     |     |     |     |     | Total Skor x |
|----------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------|
|          | 1  | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  |              |
| 1        | 3  | 4   | 3   | 3   | 2   | 5   | 3   | 3   | 3   | 3   | 32           |
| 2        | 3  | 5   | 4   | 2   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 2   | 35           |
| 3        | 2  | 5   | 5   | 4   | 3   | 5   | 4   | 3   | 4   | 3   | 38           |
| 4        | 4  | 3   | 3   | 2   | 5   | 4   | 2   | 5   | 3   | 4   | 35           |
| ...      | ...                                      | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ...          |
| 98       | 4  | 3   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 5   | 4   | 33           |
| 99       | 3  | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 26           |
| 100      | 2  | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 5   | 2   | 3   | 2   | 29           |
| Total    | 358                                      | 306 | 336 | 332 | 314 | 326 | 290 | 298 | 328 | 326 | 3208         |

Sumber: Hasil pengolahan data (2018)

Untuk mengetahui seberapa tamu yang memilih dari sepuluh item angket kualitas pelayanan yang ada, dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Tanggapan Tamu terhadap Angket Kualitas Pelayanan

| No     | Indikator Pelayanan                                    | SSS | %    | SS  | %    | S   | %    | KS  | %    |
|--------|--|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|
| 1      | Kemampuan <i>staff</i> sangat baik                     | 26  | 26   | 26  | 26   | 28  | 28   | 20  | 20   |
| 2      | Peralatan yang digunakan sangat lengkap                | 10  | 10   | 20  | 20   | 36  | 36   | 34  | 34   |
| 3      | Pelayanan yang diberikan cepat                         | 14  | 14   | 28  | 28   | 38  | 38   | 20  | 20   |
| 4      | Pelayanan yang diberikan tepat                         | 18  | 18   | 26  | 26   | 26  | 26   | 30  | 30   |
| 5      | <i>Staff</i> memberikan respon dengan cepat            | 10  | 10   | 24  | 24   | 36  | 36   | 30  | 30   |
| 6      | Penampilan <i>staff</i> sangat baik                    | 20  | 20   | 24  | 24   | 18  | 18   | 38  | 38   |
| 7      | Kemampuan komunikasi <i>staff</i> sangat baik          | 4   | 4    | 20  | 20   | 38  | 38   | 38  | 38   |
| 8      | <i>Staff</i> menanggapi keluhan tamu dengan baik       | 12  | 12   | 16  | 16   | 30  | 30   | 42  | 42   |
| 9      | <i>Staff</i> menanyakan keinginan tamu secara spesifik | 16  | 16   | 22  | 22   | 36  | 36   | 26  | 26   |
| 10     | <i>Staff</i> berlaku sopan santun                      | 18  | 18   | 18  | 18   | 36  | 36   | 28  | 28   |
| Jumlah |  | 148 | 14,8 | 224 | 22,4 | 322 | 32,2 | 306 | 30,6 |

Sumber : hasil pengolahan data ( 2018 )

Keterangan :

SSS = Sangat Sangat Setuju  
SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
KS = Kurang Setuju  
TS = Tidak Setuju  
( %) = Presentase

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tamu setuju dengan kualitas pelayanan, dimana pelayanan yang berkualitas seperti kecepatan waktu dan respon dari karyawan sangat diperlukan dalam operasional.

### 3.2. Analisis Kepuasan Tamu

Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap kepuasan tamu melalui angket yang disebarkan kepada tamu dapat dilihat dari tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Tabulasi Total Skor Kepuasan Tamu

| No. Resp | Nomor Item Pertanyaan Kepuasan Tamu |     |     |     |     |     |     |     |     |     | Total skor x |
|----------|-------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------|
|          | 1                                   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  |              |
| 1        | 3                                   | 4   | 3   | 3   | 2   | 5   | 3   | 3   | 3   | 3   | 32           |
| 2        | 3                                   | 5   | 4   | 2   | 3   | 2   | 4   | 5   | 4   | 2   | 34           |
| 3        | 2                                   | 5   | 3   | 4   | 3   | 5   | 4   | 3   | 4   | 3   | 36           |
| 4        | 4                                   | 3   | 3   | 2   | 5   | 4   | 2   | 4   | 3   | 4   | 34           |
| ...      | ...                                 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ...          |
| 98       | 2                                   | 2   | 3   | 4   | 3   | 2   | 4   | 4   | 3   | 2   | 29           |
| 99       | 3                                   | 4   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 33           |
| 100      | 2                                   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 26           |
| Total    | 342                                 | 296 | 306 | 320 | 306 | 312 | 306 | 300 | 330 | 324 | 3444         |

Sumber : hasil pengolahan data (2018)

Untuk mengetahui seberapa tamu yang memilih dari sepuluh item angket kepuasan tamu yang ada, dapat dilihat pada tabel 3.4. dibawah ini :

Tabel 3.4. Tanggapan tamu terhadap kepuasan tamu

| No     | Indikator tamu                                 | SSS | %    | SS  | %    | S   | %    | KS  | %    |
|--------|--|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|
| 1      | Terpenuhi keluhan atau keinginan tamu          | 18  | 18   | 26  | 26   | 36  | 36   | 20  | 20   |
| 2      | Puas dengan penampilan <i>staff</i>            | 10  | 10   | 22  | 22   | 22  | 22   | 46  | 46   |
| 3      | Fasilitas yang ada cukup memuaskan             | 8   | 8    | 20  | 20   | 42  | 42   | 30  | 30   |
| 4      | Puas dengan kemampuan komunikasi               | 16  | 16   | 24  | 24   | 24  | 24   | 36  | 36   |
| 5      | Puas dengan kecepatan                          | 6   | 6    | 24  | 24   | 40  | 40   | 30  | 30   |
| 6      | Puas dengan ketepatan                          | 12  | 12   | 28  | 28   | 20  | 20   | 40  | 40   |
| 7      | Perasaan puas dengan peralatan yang disediakan | 8   | 8    | 20  | 20   | 42  | 42   | 30  | 30   |
| 8      | Perasaan puas dengan kenyamanan tamu           | 8   | 8    | 18  | 18   | 40  | 40   | 34  | 34   |
| 9      | Puas dengan respon pelayanan                   | 10  | 10   | 30  | 30   | 40  | 40   | 20  | 20   |
| 10     | Puas dengan keterampilan pelayanan             | 20  | 20   | 16  | 16   | 32  | 32   | 32  | 32   |
| Jumlah |  | 116 | 11,6 | 228 | 22,8 | 338 | 33,8 | 316 | 31,6 |

Sumber : hasil pengolahan data ( 2018 )

Keterangan :

SSS = Sangat Sangat Setuju  
SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
KS = Kurang Setuju  
TS = Tidak Setuju  
( %) = Presentase

Berdasarkan rekapitulasi data tersebut maka diperoleh hasil diatas dari 100 orang responden yang menyatakan (11,6%) yang memilih “Sangat Sangat Setuju”, (22,8%) yang memilih “Sangat Setuju”, (33,8%) yang memilih “Setuju”, (31,6%) yang memilih “Kurang Setuju”, ( 0 ) yang memilih “Tidak Setuju”. Diperoleh dari item kesepuluh pertanyaan dari tabel diatas menyatakan bahwa kebanyakan tamu memilih “Setuju” (31,6%). Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tamu setuju dengan kepuasan tamu, dimana kepuasan tamu sangat mempengaruhi tingkat kunjungan ke hotel.

### 3.3. Analisis Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Kualitas pelayanan dengan kepuasan tamu sangat penting bagi Departemen *Front Office* agar tamu merasa puas berada di hotel. Jika pelayanan yang diberikan kepada tamu sesuai yang diharapkan tamu, tamu akan merasakan puas dengan apa yang diterima oleh tamu maka akan berpengaruh tamu untuk kembali lagi ke hotel tersebut. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan tamu. Adapun tujuan penulis memberikan angket kepada tamu berisi tentang pelayanan dan kepuasan di *Front Office* pada Hotel X adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan di hotel tersebut.

Untuk menentukan seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan tamu dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini.

Tabel 3.5 Tanggapan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu

| No     | X    | Y    | X <sup>2</sup> | Y <sup>2</sup> | XY     |
|--------|------|------|----------------|----------------|--------|
| 1      | 32   | 32   | 1024           | 1024           | 1024   |
| 2      | 35   | 34   | 1225           | 1156           | 1190   |
| 3      | 38   | 36   | 1444           | 1296           | 1368   |
| 4      | 35   | 34   | 1225           | 1156           | 1190   |
| ...    | ...  | ...  | ...            | ...            | ...    |
| 97     | 29   | 29   | 841            | 841            | 841    |
| 98     | 33   | 29   | 1089           | 841            | 957    |
| 99     | 26   | 28   | 676            | 784            | 728    |
| 100    | 29   | 25   | 841            | 625            | 725    |
| Jumlah | 3204 | 3130 | 103616         | 98966          | 101004 |

Sumber : hasil pengolahan data ( 2018)

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{100.101004 - (3204)(3130)}{\sqrt{\{100.103616 - (3204)^2\} \{100.98966 - (3130)^2\}}}$$

$$r = \frac{10.100.400 - 10.028.520}{\sqrt{10.361.600 - 10.265.616 \times 9.896.600 - 9.796.900}}$$

$$r = \frac{71.880}{\sqrt{9.569 \times 604.800}} = \frac{71.880}{\sqrt{9.569.604.800}} \quad r = 0,734$$

Tabel 3.6. Kriteria Penafsiran Mengenai Indeks Korelasi

| Interval koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,80 – 1,000       | Sangat Kuat      |
| 0,60 – 0,799       | Kuat             |
| 0,40 – 0,99        | Cukup Kuat       |
| 0,20 – 0,399       | Rendah           |
| 0,00 – 0,199       | Sangat Rendah    |

Hasil dari persamaan dalam tabel kualitas pelayanan dan kepuasan tamu yang ditentukan rumus korelasi dengan hasil 0,734 dimana hasil hubungannya adalah “kuat”. Setelah diketahui  $r = 0,734$  maka dapat menghitung harga

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,734 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,734^2}} = \frac{5,34}{\sqrt{0,46}}$$

$$t_{hitung} = 7,87$$

Mencari  $T_{tabel}$  apabila diketahui signifikansi untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $DK = 100 - 2 = 98$ , dengan uji satu pihak, maka diperoleh  $t_{tabel} = 1,661$

Tabel 3.7 Koefisien, Determinan dan Keputusan

| No | Koefisien Korelasi $r_{hitung}$ | Harga $t_{hitung}$ | Harga $t_{tabel}$ | Keputusan  |
|----|---------------------------------|--------------------|-------------------|------------|
| 1  | 0,734                           | 7,87               | 1,661             | Signifikan |

Menyatakan besar kecilnya sumbangan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu dapat ditentukan dengan rumus determinan sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,787^2 \times 100\%$$

$$KD = 61,93\%$$

Dari perhitungan Koefisien Determinan diatas diperoleh  $KD = 61,93\%$ , hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *staff* memberikan pengaruh sebesar 61,93% terhadap kepuasan tamu dan sisanya 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di *Front Office* Pada Hotel X dapat diterima.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan korelasi *product moment* diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,734

hal ini menunjukkan bahwa indeks korelasinya kuat, antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan perhitungan koefisien determinan  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  sebesar 7,87 sedangkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,661 berarti nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan hasil perhitungan determinan diperoleh nilai determinan 61,93% dan ini menunjukkan bahwa sebanyak 61,93% kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Sedangkan sisanya adalah sebanyak 38,7% yang berarti bahwa sebanyak 38,7% faktor lain berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta  
Stanton, William. 2005. *Prinsip Pemasaran Jilid I*. Edisi ke 7. Jakarta  
Sujatno, Bambang. 2008. *Hotel Courtesy*. Yogyakarta : ANDI  
Sulastiyono, Agus. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta  
Sunnyoto, Agus. 1999. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta : IPWI  
Supranto, J. 2002. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta : Rinda Cipta  
Winarno, Budi. 2005. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Media Pressindo

## DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2004. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung : Alfabeta  
\_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta  
Arikunto. 200. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Aksara  
Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo  
Goetsch, David. L, Staanelly B.Davis. 2002. *Quality Management, Introduction to Total Quality Management for Production, processing, and services*. New Jersey: Prentice Hall  
Indriantoro, Bambang Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BDFE  
Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua.  
Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga  
Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*., Jakarta : PT. Prenhallindo  
Nasution, M.N. 2005. *Manajemen Untuk Terpadu*. Jakarta :Ghalia Indonesia  
Nazir, Muh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia  
Noeng, Muhandji. 1996. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Rakesarasa  
Peter dan Olson. 1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Gelora Aksara Pratama