

**PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL NIRWANA  
JAKARTA TIMUR**

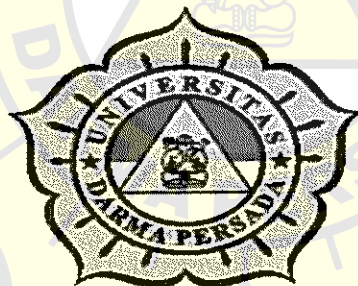
**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akhir Akademik dan Melengkapi  
Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Oleh :

**META OLIVIA**

2009410914



**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA TIMUR**

**2014**

## LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Meta Olivia

Nim : 2009410914

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : “ Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur”

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini dengan judul PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL NIRWANA JAKARTA TIMUR yang dibimbing oleh Bapak Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM dan Bapak Firsan Nova, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan atau mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 01 Juli 2014.

Yang menyatakan



Meta Olivia

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Meta Olivia

Nim : 2009410914

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : “ Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel  
Nirwana Jakarta Timur”

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan  
dihadapan panitia penguji skripsi sarjana.

Jakarta, 01 Juli 2014

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

(Firsan Nova, SE, MM)

Menyetujui

1) Pembimbing Materi

(Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM)

2) Pembimbing Materi

(Firsan Nova, SE, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Meta Olivia

NIM : 2009410914

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI  
HOTEL NIRWANA JAKARTA TIMUR**


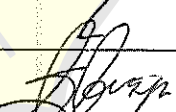
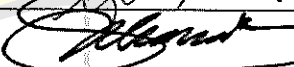
Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi Sarjana Tanggal 21 Juli 2014

Jakarta, 21 Juli 2014

Ketua Jurusan Manajemen

(Firsan Nova, SE, MM)

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tandatangan
1	Firsan Nova, SE, MM	Ketua Penguji	
2	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	
3	Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM	Anggota	

Dekan Fakultas Ekonomi

Jombrik, SE, MM

## ABSTRAK

NIM : 2009410914, **Judul** : PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL NIRWANA.

**Jumlah Hal** : 192 hal : 2014

**Kata Kunci** : Kualitas Jasa dan Kepuasan konsumen di Hotel Nirwana

Perolehan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang diberikan oleh penulis kepada responden yang terdiri dari dua bagian, yaitu tingkat kepentingan (harapan), dan tingkat kinerja (persepsi) dari variabel independent kualitas jasa dan masing-masing dibagi dalam lima dimensi, yaitu: Berwujud (*Tangible*), Kesigapan (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Empati (*Empathy*), Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan yaitu: konsumen kualitas pelayanan, factor emosional, harga, biaya, biaya kemudahan dan kualitas produk yang terdiri dari : kinerja, serviceability, estetika, dan kesesuaian. Setelah diketahui kualitas jasa dan kepuasan konsumen, maka akan dihitung menggunakan regresi linear berganda, korelasi berganda, uji T dan uji F.

Dari hasil perhitungan analisis regresi linear berganda didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,780 + 0,365 \text{ kehadalan harapan} + 0,618 \text{ kesigapan harapan} + 0,915 \text{ jaminan harapan} + 0,461 \text{ empati harapan} + 0,331 \text{ wujud nyata harapan} + 0,373 \text{ kehadalan kinerja} + 0,206 \text{ kesigapan kinerja} + 0,304 \text{ jaminan kinerja} + 0,41 \text{ lempati kinerja} + 0,603 \text{ wujud nyata kinerja}.$$

Dari hasil angka korelasi sebesar 0,744 yaitu angka koefisien korelasi. Angka tersebut menunjukkan korelasi yang kuat. Dari hasil uji T diperoleh  $t_{hitung} = 3,430 > t_{tabel} = 1,661$ , Variabel kualitas jasa keandalan harapan,  $t_{hitung} = 3,618 > t_{tabel} = 1,661$ , Variabel kualitas jasa keandalan kinerja,  $t_{hitung} = 2,318 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel kualitas jasa kesigapan harapan,  $t_{hitung} = 2,917 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel pelayanan jasa kesigapan kinerja,  $t_{hitung} = 2,688 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel pelayanan jasa jaminan harapan,  $t_{hitung} = 3,669 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel pelayanan jasa jaminan kinerja,  $t_{hitung} = 3,959 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel pelayanan jasa empati harapan,  $t_{hitung} = 3,223 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel pelayanan jasa empati kinerja,  $t_{hitung} = 2,095 > t_{tabel} = 1,661$ , Variabel Pelayanan jasa wujud nyata harapan dan  $t_{hitung} = 2,665 > t_{tabel} = 1,661$  Variabel pelayanan jasa wujud nyata kinerja. Menunjukkan bahwa tingkat kepentingan (harapan), dan tingkat kinerja (persepsi) dari variabel independent kualitas jasa dan masing-masing dibagi dalam lima dimensi, yaitu: Berwujud (*Tangible*), Kesigapan (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Empati (*Empathy*), Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) terbukti signifikan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen.

Dari hasil Uji F  $f_{hitung} 35,003 > f_{tabel} 3,097$ . variabel variabel independent kualitas jasa dan masing-masing dibagi dalam lima dimensi, yaitu: Berwujud (*Tangible*), Kesigapan (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Empati (*Empathy*), Keyakinan/Jaminan (*Assurance*) terbukti signifikan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen.

Dari hasil Koefisien determinasi /  $R^2$  sebesar 80,1 % menunjukkan bahwa besarnya pengaruh keandalan harapan dan kinerja, kesigapan harapan dan kinerja, jaminan harapan dan kinerja, empati harapan dan kinerja, wujud nyata harapan dan kinerja terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur adapun sisanya yaitu 19,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Jakarta, Juli 2014

Meta Olivia



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang diberikan kepada penulis, baik berupa kesehatan fisik dan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga memungkinkan skripsi ini terwujud. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Jombrik, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Firsan Nova, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
3. Bapak Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini Dapat diselesaikan.
4. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama dibangku perkuliahan.

5. Bapak Husein Kahmat selaku Manager Personalia Hotel Nirwana yang telah mengijinkan peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai sejarah Hotel Nirwana dan seluruh staf maupun karyawan yang bekerja di Hotel Nirwana.
6. Kepada orang tuaku tercinta Bapak Freddy Wasinton, SE dan Ibu Lindessa Nelyda,SH yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan perhatian serta cinta kasih yang tiada henti-hentinya .
7. Adikku satu- satunya Felix Giovanni yang telah memberikan semangat, doa, dan bantuan selama menyusun skripsi ini.
8. Keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta dan teman-teman Manajemen angkatan tahun 2009 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala kenangan selama kuliah, Keakraban dan kebersamaan selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat dengan baik

Jakarta, Juli 2014

Penulis,

Meta Olivia



## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang. Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI.....	7
A. Pengertian Jasa : .....	7
1. Jasa.....	7
2.Karakteristik Jasa.....	8
3.Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
4.Dimensi Kualitas Pelayanan.....	11
B. Kepuasan Pelanggan.....	13
1.Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
2.Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	16

3. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	18
4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
5. Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan....	27
6. Strategi Pencapaian Kepuasan Pelanggan.....	29
7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap	
Laba Perusahaan.....	31
C. Hotel.....	32
1. Pengertian Hotel.....	32
2. Klasifikasi Hotel.....	33
a. Berdasarkan Besarnya Hotel.....	33
b. Berdasarkan Pemakai Jasa Hotel.....	33
c. Berdasarkan Mutu Pelayanan.....	38
d. Jenis Kamar.....	42
e. Menurut Letak dan Kegunaanya.....	43
f. Harga Kamar.....	45
D. Kerangka Pikir Peneliti.....	49
BAB III : METODE PENELITIAN.....	50
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
B. Jenis dan Sumber Data.....	50
C. Populasi dan Sampel.....	51
1. Populasi.....	51
2. Sampel.....	51
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	53
E. Metode Pengumpulan Data.....	53
F. Uji Keabsahan Data.....	54
G. Alat Analisis Data.....	55
H. Variabel Operasional.....	61

BAB III

BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	65
	1. Profil Hotel Nirwana.....	65
	2. Maksud dan Tujuan kegiatan Hotel Nirwana.....	66
	3. Mantaat Kegiatan.....	66
	4. Fasilitas dan Kegiatan Utama.....	66
	5. Struktur Organisasi Hotel Nirwana.....	68
	B. Pembahasan dan Analisis Penelitian.....	85
	1. Profil Responden.....	85
	2. Pembahasan dan Analisis dimensi kualitas jasa Kinerja dan Harapan.....	88
	3. Analisis dan Pembahasan Dimensi Kepuasan Konsumen.....	107
	C. Hasil Analisis Data.....	127
	1. Uji Validitas.....	127
	2. Reliabilitas.....	129
	3. Analisis Kuantitatif.....	131
	a. Regresi Linear Berganda.....	131
	4. Analisis Korelasi Berganda.....	135
	5. Pengujian Hipotesis.....	136
	a. Uji t.....	136
	b. Uji F.....	143
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN .....	146
	A. Kesimpulan.....	146
	B. Saran .....	149
DAFTAR PUSTAKA.....		150
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		151

## DAFTAR TABEL

1. Tabel . I	: Jumlah Konsumen Hotel Nirwana tahun 2011-2013.....	4
2. Tabel III. 1	: Populasi Konsumen Hotel Nirwana dari Bulan Maret-Mei 2014.....	51
3. Tabel III. 2	: Nilai keterangan Harapan, Kinerja kualitas jasa dan Kepuasan Konsumen .....	53
4. Tabel III. 3	: Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien Korelasi.....	57
5. Tabel III. 4	: Variabel Operasional Kualitas jasa.....	61
6. Tabel III. 5	: Variabel Operasional Kepuasan Konsumen.....	63
7. Tabel IV. 1	: Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
8. Tabel IV. 2	: Jumlah Responden Berdasarkan Umur.....	87
9. Tabel IV. 3	: Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	87
10. Tabel IV. 4	: Jumlah Responden Berdasarkan Kunjungan.....	88
11. Tabel IV. 5	: Tabel Menepati Janji Promosi atau Iklan yang Disampaikan.....	89
12. Tabel IV.6	: Kemudahan Pemesanan Kamar.....	91
13. Tabel IV.7	: Kemudahan Cara Pembayaran.....	92
14. Tabel IV.8	: Kesigapan Karyawan Hotel dalam Melayani Konsumen.....	93
15. Tabel IV.9	: Pelayanan Yang Cepat dan Tepat.....	94

16. label IV.10	: Pemberian Informasi Yang Jelas dan Dimengerti.....	96
17. label IV.11	: Kejujuran Karyawan Hotel.....	97
18. label IV.12	: Pelayanan Yang Sopan dan Ramah.....	98
19. label IV.13	: Keamanan dan Kenyamanan Hotel.....	99
20. label IV.14	: Kepekaan Karyawan Hotel Terhadap Keperluan dan Kebutuhan Konsumen.....	101
21. label IV.15	: Pemberian Pelayanan Terhadap Konsumen Tanpa Pilih-Pilih.....	102
22. label IV.16	: Perhatian Terhadap Keluhan Konsumen .....	103
23. label IV.17	: Penampilan Karyawan Bersih dan rapi.....	104
24. label IV.18	: Tempat Parkir yang tersedia.....	105
25. label IV.19	: Kebersihan Kamar Hotel.....	106
26. label IV.20	: Melayani Keluhan Konsumen .....	107
27. label IV.21	: Melayani Konsumen Datang (check in) dan keluar (check out).....	108
28. label IV.22	: Mengutamakan Kepentingan Konsumen .....	109
29. label IV.23	: Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa nyaman.....	110
30. label IV.24	: Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa senang.....	111
31. label IV.25	: Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa aman.....	112
32. label IV.26	: Menetapkan harga sesuai fasilitas yang disediakan ...	113
33. label IV.27	: Kebijakan memberikan diskon harga kamar.....	114
34. label IV.28	: Memberikan harga yang murah dibanding hotel lain.....	115
35. label IV.29	: Melayani kebutuhan konsumen dengan cepat.....	116

36	Label IV.30 : Keamanan dan kenyamanan dalam menginap.....	117
37	Label IV.31 : Melayani keluhan konsumen .....	118
38.	Label IV.32 : Keramahamtamahan karyawan.....	119
39	Label IV.33 : Kamar mandi dan kamar Hotel yang bersih.....	120
40.	Label IV.34 : Lobby hotel memiliki desain tata ruang yang indah.....	121
41.	Label IV.35 : Pelayanan sesuai yang dijanjikan.....	122
42	Label IV.36 : Kenyamanan sesuai yang dijanjikan.....	123
43.	Tabel IV.37 : Fasilitas ATM.....	124
44	Tabel IV.38 : Pemesanan kamar via online.....	125
45	Tabel IV. 39 : Kemudahan dalam memesan taksi.....	126
46.	Label IV. 40 : Hasil pengujian validitas harapan dan kinerja dimensi kualitas jasa.....	127
47.	Label IV. 41 : Uji validitas kepuasan konsumen .....	128
48.	Label IV. 42 : Hasil pengujian reliabilitas harapan dan kinerja.....	130
49.	Label IV.43 : Hasil pengujian reliabilitas kepuasan konsumen .....	131
50.	Label IV. 44 : Hasil analisis regresi kehandalan, kesiagapan, jaminan, Empati dan wujud nyata kinerja dan harapan kualitas jasa terhadap Kepuasan konsumen .....	132
51.	Label IV. 45 : Hasil korelasi berganda kehandalan,kesigapan,jaminan, Empati, dan wujud nyata kinerja dan harapan kualitas jasa terhadap Kepuasan konsumen.....	135
52.	Label IV. 46 : Hasil uji 1 kehandalan, kesigapan,jaminan,empati Dan wujud nyata harapan dan kinerja kualitas jasa....	136

53. Tabel IV. 47 : Hasil perhitungan uji F.....	143
54. Tabel IV.48 : Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	144



## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar II.1	:Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan.....	16
2. Gambar II.2	: Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Laba Perusahaan.....	32
3. Gambar II.3	: Kerangka Pikir Peneliti.....	49



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konsumen adalah kunci keberhasilan dari seluruh kegiatan perusahaan. Berkembang atau tidaknya perusahaan sepenuhnya tergantung dari konsumen. Secara sederhana, bahwa suatu perusahaan harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mendapatkan suatu keuntungan. Strategi kepuasan konsumen harus dimulai dengan mewujudkan harapan konsumen. Kepuasan konsumen akan terwujud apabila perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lainnya sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen.

Dalam era pasar yang berorientasi pada konsumen seperti sekarang ini, para perusahaan dituntut untuk mempertahankan kesetiaan konsumen. Mereka harus selalu mencari cara merespon permintaan pasar secara total, atau dengan kata lain mereka dituntut untuk selalu mencari dan mendapatkan konsumen baru sekaligus mempertahankan konsumen lama.

Sikap dan pelayanan sebuah perusahaan dalam melayani pelanggan secara memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan pelayanan. Keunggulan pelayanan dapat dilihat melalui kecepatan, keramahan dan kenyamanan pelayanan sebuah perusahaan. Hal tersebut merupakan hal yang

paling penting terhadap kualitas yang dihasilkan dan yang akan dipersepsikan oleh pelanggan sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi pelayanan dari perusahaan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel ini mendorong perusahaan di bidang jasa hotel khususnya dalam hal ini adalah Hotel Nirwana ikut bersaing untuk menawarkan fasilitas-fasilitas. Banyak factor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen berupa kualitas pelayanan Hotel Nirwana itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Unsur - unsur yang membentuk pelayanan berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan dari oleh perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para tamu dan keterampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan unsur-unsur teknik dan prosedur yang

berkaitan dengan tugas pekerjaannya.

Hotel Nirwana merupakan dalam usaha sarana pariwisata yang menyediakan fasilitas dan pelayanan konsumen penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya. Perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut di atas, tampak begitu pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Fasilitas-fasilitas yang tersedia di Hotel Nirwana adalah kamar Hotel jumlah kamar hotel yang tersedia di Hotel Nirwana 96 kamar yang tergolong dari kamar Double adalah Deluxe berjumlah 11 kamar, Big Deluxe berjumlah 9 kamar, Superior 32 kamar, Standard berjumlah 3 kamar. Yang tergolong kamar Single adalah Superior Twin berjumlah 18 kamar terdiri dari 2 tempat tidur, Standard Twin yang berjumlah 17 kamar terdiri dari 2 tempat tidur, Triple berjumlah 6 kamar terdiri dari 3 tempat tidur. Selain kamar Hotel Nirwana menyediakan fasilitas restoran dan dapur. Fasilitas penunjang Hotel Nirwana adalah sumber tenaga listrik dari PLN, generator set dengan daya 250 KVA, tempat parkir dengan kapasitas 35 kendaraan, sumber air bersih diperoleh dari air PAM.

Jumlah konsumen sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dibidang penjualan jasa karena bagi

perusahaan jasa konsumen merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih oleh perusahaan, sebaliknya semakin sedikit konsumen perusahaan maka semakin sedikit pula pemasukan yang akan diraih perusahaan.

Tabel 1.1  
Jumlah konsumen Hotel Nirwana

Tahun	Jumlah Konsumen
2013	25.482
2012	26.682
2011	27.982

Sumber : Data dari Hotel Nirwana

Berdasarkan hasil dari tabel 1.1. Pada Tahun 2011 jumlah konsumen yang menginap di Hotel Nirwana Jakarta Timur sebanyak 27.982 konsumen, pada tahun 2012 jumlah konsumen yang menginap di Hotel Nirwana Jakarta Timur sebanyak 26.682 konsumen, pada tahun 2013 jumlah konsumen yang menginap di Hotel Nirwana Jakarta Timur sebanyak 25.482. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa telah terjadi penurunan konsumen yang menginap di Hotel Nirwana Jakarta Timur dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013. Hal ini kemungkinan penyebabnya karena sikap dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Nirwana Jakarta Timur kurang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang tentunya mempengaruhi sangat kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana **“PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL NIRWANA JAKARTA TIMUR”**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara parsial variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana?
2. Bagaimana pengaruh secara simultan variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang berguna bagi penulis yakni mengenai pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan di Hotel Nirwana.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memenuhi kepuasan konsumen yang akan datang.

