

Pengaruh Pelayanan, Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Yang Menginap di Hotel Karlita Kota Tegal

Danaric Hesti Kafarila
STIEPARI Semarang

Abstract. *The purpose of this study is to determine and explain the effect of service on guest satisfaction, to determine and explain the effect of product on guest satisfaction, to determine and explain the effect of facilities on guest satisfaction and to know and explain which variables have the most influence on guest satisfaction. The type of research used in this study is a survey. Research methods used is kuantitatif methods. Data collection methods used in this study are questionnaires, observation, and literature. While the data analysis in this study is multiple regression analysis, hypothesis test and the goodness of fit test (test F and R^2). Based on The result of the study also note that there is a significant positive effect between service on guest satisfaction with significant value of 0,000 which is smaller than the value of 0,122, The result of the study also note that there is a significant positive effect between product on guest satisfaction with a significant value of 0.002 which is smaller than value of 3,123, The result of the study also note that there is a significant positive effect between facilities on guest satisfaction with a significant value of 0,000 smaller than value of 3,673.*

Keywords: *Service, Product, Facilities, Guest Satisfaction.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap kepuasan tamu, untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh produk terhadap kepuasan tamu, untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu dan untuk mengetahui dan menjelaskan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan studi pustaka. Sedangkan analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji hipotesis dan uji goodness of fit (uji F dan R^2). Berdasarkan Hasil penelitian juga diketahui bahwa ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan tamu dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai sebesar 0,122, Hasil penelitian juga diketahui bahwa ada pengaruh signifikan antara produk terhadap kepuasan tamu dengan nilai signifikan sebesar 0,002 yang lebih kecil dari nilai sebesar 3,123, dan Hasil penelitian juga diketahui bahwa ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan tamu dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai sebesar 3,673.

Kata kunci: Pelayanan, Produk, Fasilitas, Kepuasan Tamu.

PENDAHULUAN

Bisnis hotel dan fasilitas akomodasi adalah bisnis yang sangat menguntungkan dan *sustainable* / bertahan lama. Jika kita amati trend pengelolaan hotel di Indonesia saat ini sudah mengalami pergeseran, dari pembangunan hotel-hotel yang berdasarkan konsep *mass tourism*, dimana hotel dibangun dengan menggunakan lahan yang luas, bangunan bertingkat, jumlah kamar yang banyak, *mass service* (pelayanan massal), dan dekat dengan pantai sekarang menjadi marak di pusat-pusat kota. Semakin maraknya bisnis hotel yang cukup bersaing sebaiknya trend pengelolaan fasilitas akomodasi dan pelayanan mengarah pada konsep yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan produk dan fasilitas yang lengkap, nyaman dan berkualitas (Kotler, 2009). Hal ini merupakan tujuan utama perusahaan karena tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat berdiri lebih lama. *Asset* perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan secara konsisten. Kepuasan atas pelayanan selalu didukung oleh pengadaaan produk dan pelayanan yang lengkap serta memberi kemudahan bagi pelanggan. Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*services*), kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan (*service quality*), kualitas produk (*product quality*) dan fasilitas (*facility*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan.

Kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk bagi pelanggan. Tujuan dari organisasi bisnis adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Pada dekade terakhir ini, kualitas jasa semakin mendapat banyak perhatian bagi perusahaan. Persoalan kualitas kini tidak saja menjadi satu - satunya senjata persaingan tetapi sudah menjadi "tiket yang harus dibayar" untuk masuk ke dunia bisnis. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, (Foster, 2004: 1). Kualitas jasa yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen, dan menarik konsumen baru, karena dengan demikian akan terpuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Pada akhirnya,

melalui kepuasan konsumenlah perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang atau stabilitas keberlangsungan hidup perusahaan.

Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Kualitas yang diserahkan oleh manajemen akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya atau kinerja jasa. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah manajemen telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi yang melibatkan pelanggannya.

Perhotelan sebagai salah satu organisasi pelayanan yang bergerak di bidang jasa penginapan, perlu juga melakukan evaluasi atas kualitas pelayanan yang diterima oleh para pelanggannya. Perhotelan adalah suatu usaha untuk melayani konsumen yang dituntut harus mampu menyediakan produk yang dapat dirasakan langsung manfaatnya seperti kamar dengan segala perlengkapannya, serta produk-produk yang tidak nampak seperti keramahtamahan, kenyamanan, keamanan, dan keberhasilan manajemen hotel yang dapat mempengaruhi citra nama hotel di mata konsumennya. Keberhasilan perusahaan - perusahaan dalam bisnis atau pelayanan (service) seperti hotel terfokus pada dua hal, yaitu karyawan hotel (employees) yang memberi pelayanan, dan tamu hotel (customers), mereka yang harus dilayani.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan

Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia adalah puas : merasa senang, perih (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Menurut Oliver (dalam Supranto, 2001) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan lebih sempurna. Harapan kepuasan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau komentar dari

kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

Kepuasan Konsumen

Memahami kebutuhan dan keinginan dalam hal ini konsumen adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang puas merupakan Asset yang sangat berharga karena apabila konsumen puas maka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika konsumen merasa tidak puas maka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan konsumen suatu perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumen.

Namun upaya untuk perbaikan/kesempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi oleh perusahaan untuk dapat merebut pelanggan. Junaidi (2002) berpendapat bahwa kepuasan konsumen atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan konsumen atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih tinggi dari harapan konsumen maka konsumen akan mengalami kepuasan. Hal yang hampir serupa dikemukakan oleh Indarjati (2001) yang menyebutkan adanya tiga macam kondisi kepuasan yang bisa dirasakan oleh konsumen berkaitan dengan perbandingan antara harapan dan kenyataan, yaitu jika harapan/kebutuhan sama dengan layanan yang diberikan maka konsumen akan merasa puas. Jika layanan yang diberikan pada konsumen kurang/tidak sesuai dengan kebutuhan/harapan maka konsumen akan menjadi tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan yang dimiliki oleh konsumen dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen pada saat mengkonsumsi produk atau jasa.

Pelayanan

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai produk. Berbagai konsep mengenai pelayanan banyak dikemukakan oleh para ahli seperti Haksever *et al* (2000) menyatakan bahwa jasa atau pelayanan (*services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis. Menurut Edvardsson *et al* (2005) jasa atau pelayanan juga

merupakan kegiatan, proses dan interaksi serta merupakan perubahan dalam kepemilikan pelanggan.

Sinambela (2010), pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Menurut Kotler dalam Sampara Lukman, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selanjutnya Sampara berpendapat, pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Sementara itu, istilah *public* berasal dari Bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat, Negara. Kata publik sebenarnya sudah diterima menjadi Bahasa Indonesia Baku menjadi publik yang berarti umum, orang banyak, ramai. Inu dan kawan-kawan mendefinisikan publik adalah sejumlah manusia yang memiliki kebersamaan berpikir, perasaan, harapan, sikap atau tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang merasa memiliki. Oleh karena itu pelayanan publik diartikan sebagai setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Lebih lanjut dikatakan pelayanan publik dapat diartikan, pemberi layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2006), sedangkan menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau

tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel. Pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal atau menginap di suatu hotel tertentu (Keputusan Menparpostel Nomor KM 37/PW.340/MPRT-86).

Produk

Produk adalah sesuatu yang diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing, atau perusahaan. Wijayanti (2012).

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Ginting (2011) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk lebih dari sekedar barang yang dapat diukur. Dalam arti luas produk mencakup barang fisik, jasa, orang, organisasi, gagasan, atau gabungan dari semua itu.

Sedangkan menurut Abdullah dan Tantri (2012) mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dibidang sosial pada umumnya dan bidang perhotelan pada khususnya. Dalam hal ini objek penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, kualitas dan produk terhadap kepuasan tamu di hotel Karlita Tegal. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Hotel Karlita Tegal yang berlokasi di Jalan Brigjend Katamso No. 31 Tegal, Jawa Tengah 52111. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Hotel Karlita Tegal yang berlokasi di Jalan Brigjend Katamso No. 31 Tegal, Jawa Tengah 52111. Sesuai jenis masalah, tempat dan waktu serta teknik yang digunakan dalam penelitian ini, maka pendekatan penelitian ini adalah survey sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2005) penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Kemudian sifat penelitian ini adalah deskriptif

kuantitatif, yaitu untuk menggambarkan ada tidaknya hubungan antara variabel Y (dependen) dengan variabel X (independen) dalam suatu kegiatan tertentu.

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Karlita Tegal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,122. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal dan terbukti dapat diterima. Artinya pelayanan menjadi alasan kepuasan tamu Hotel Karlita Tegal.

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS, sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Karlita Tegal. Hasil kuesioner yang diberikan kepada responden pada dimensi komunikasi memiliki hasil tertinggi yaitu sebanyak 71,5% responden menyatakan setuju. Ini menandakan bahwa komunikasi antara karyawan dan tamu terjalin dengan baik. Karyawan melayani tamu dengan komunikatif sebagai bagian dari *responsiveness*, ketepatan, kecepatan dalam memberikan pelayanan. *Front office* merupakan salah satu departemen yang bertugas memberikan pelayanan kepada para tamu yang akan menginap di Hotel Karlita Tegal, departemen penting yang melayani proses awal para tamu untuk dapat menginap di Hotel, oleh karena itu dibutuhkan kemampuan yang mumpuni baik kemampuan umum maupun kemampuan khusus dalam memberikan pelayanan kepada para tamu Hotel Karlita Tegal.

Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Karlita Tegal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 3,123. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan ada pengaruh positif dan signifikan antara produk terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal dan terbukti dapat diterima. Artinya produk menjadi alasan kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal.

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS, sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan berkaitan dengan

produk yang dimiliki oleh Hotel Karlita Tegal. Hotel Karlita Tegal merupakan produk jasa di bidang amenities. Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 60,2% responden menyatakan setuju dengan dimensi kinerja produk, artinya Hotel Karlita kinerja (*performance*) sudah memenuhi keinginan tamu yang menggunakan jasa produknya dan telah memuaskan tamunya.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Karlita Tegal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 3,673. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal dan terbukti dapat diterima. Artinya fasilitas menjadi alasan kepuasan tamu di Hotel Karlita Tegal.

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS, sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan berkaitan dengan fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Karlita Tegal. Adapun fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Karlita Tegal meliputi *wi-fi internet in public area* yang dapat digunakan oleh para tamu dalam mengakses internet, *laundry service*, *24 hour room service* yang dapat dimanfaatkan oleh para tamu dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan tamu selama 24 jam penuh, *24 hour security* yang menjamin keamanan para tamu saat menginap di Hotel Karlita Tegal, dan masih banyak lagi fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Karlita Tegal.

Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 66,3% responden menyatakan setuju dengan dimensi menu yang ditawarkan di restoran Hotel Karlita oleh konsumen lengkap. Dari menu *Chinese food*, *Western food* hingga *Traditional food* dimasak oleh profesional chef dan disajikan sesuai dengan standard Hotel. Hal ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak Manajemen Hotel Karlita supaya memudahkan tamu agar tidak mencari makanan diluar Hotel.

Terdapat fasilitas restoran di Hotel Karlita, letak restoran Hotel Karlita berada dekat dengan kolam renang indoor, sehingga membuat daya tarik tamu untuk menikmati hidangan di restoran tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner responden sebanyak 51% menyatakan setuju bahwa waiter/waitrees bersikap ramah kepada tamu. Ini merupakan

bagian dari SOP pada Hotel Karlita, agar tamu merasa nyaman dan puas terhadap kualitas Hotel Karlita Tegal.

Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Tamu

Dari 3 variabel independen yang diteliti, variabel fasilitas merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel Karlita Tegal. Hal ini dikarenakan fasilitas yang sesuai akan mampu memenuhi kebutuhan akan kenyamanan dan kemudahan tamu yang menginap atau yang menggunakan fasilitas yang ada di hotel.

Unsur – unsur dari fasilitas (1) Pertimbangan atau perencanaan parsial; Aspek-aspek seperti proposi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya. (2) Perancang ruang; Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. Seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan. (3) Perlengkapan atau perabotan; Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen. (4) Tata cahaya; Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. (5) Warna; Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih. (6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis; Aspek penting yang terkait dalam unsure ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, produk dan fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Karlita Kota Tegal. Responden dalam penelitian ini adalah 98 orang tamu. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang

telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Karlita Tegal.
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Karlita Tegal.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Karlita Tegal.
4. Variabel fasilitas paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan tamu dibandingkan variabel pelayanan dan variabel produk di Hotel Karlita Tegal, sehingga hipotesis yang keempat diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengemukakan saan sebagai berikut.

1. Pelayanan yang baik dapat berpengaruh kepada kepuasan tamu Hotel. Apa yang sudah dicapai oleh pihak manajemen pada dimensi variabel pelayanan sebaiknya dipertahankan dan ditingkatkan agar sesuai yang diharapkan oleh para tamu.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Hotel Karlita Tegal dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan agar lebih memperhatikan kebutuhan tamu terlebih pada pelayanan, produk dan fasilitas yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan tamu yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono (2006). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung: Alfabeta.
- Hastuti, Retno Dwi. 2006. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel Di Surakarta, Surakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Indarjati, A. 2001. Kepuasan Konsumen. Pranata No. 1 Th IV. Hal 70-75.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1988. Marketing. Canadian Edition: Transparency Masters.
- _____. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Manurung, Royana Maranata. 2013. Pengaruh Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Darma Deli Medan. Medan: Sumatra Utara University.

Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata

Vol.18, No.3 September 2022

e-ISSN: 2774-8987; p-ISSN: 1411-5077, Hal 167-177

Novita, 2016. Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Noormans Semarang. Jurnal Manajemen: Semarang.

Soelasih, Y. 2004. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Hotel X di Jakarta. Telaah bisnis, Vol. 4 No. 2 Desember 2003. Yogyakarta: penerbit Telaah Bisnis.

Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy.1997. Strategi Pemasaran, Edisi 1. Yogyakarta: Andy

_____. 2002. Pemasaran Internasional, Edisi Pertama. Yogyakarta; BPFEE.

_____. 2004. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andy

_____. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andy.

Yoeti, Oka. 2003. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.

Zeithaml 1996. Service Marketing. Boston: MCGraw-Hill.