

ABSTRAK

Ilyasa Remsa Primera, 0803065, Pengaruh *Service Quality* Terhadap Keputusan Menginap di The Majesty Hotel Bandung (Survei terhadap tamu individual yang menginap di The Majesty Hotel Bandung). Skripsi 2013, dibawah bimbingan Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par.,Mm dan Drs.H.Anthony Barbo

Indonesia memiliki potensi ekonomi terutama di bidang kepariwisataannya. Pariwisata terdiri dari kegiatan orang-orang yang bepergian dari satu tempat ke tempat lain dan tinggal di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, bisnis, dan tujuan lain yang tidak terkait dengan pelaksanaan suatu pekerjaan yang di bayar dalam tempat yang dikunjungi. Agar kegiatan pariwisata berjalan dengan baik perlu didukung dengan fasilitas penunjang seperti akomodasi perhotelan, restoran, dan biro perjalanan. Bandung merupakan salah satu kota dengan kegiatan pariwisata yang cukup tinggi, hal ini dapat dilihat dari tingkat hunian kamar hotel dari tahun ke tahun yang terus meningkat terutama hotel berbintang 4. The Majesty Hotel memiliki tingkat hunian yang cukup baik tetapi masih berada di bawah pesaing-pesaingnya, oleh karena itu The Majesty Hotel menerapkan strategi *service quality* untuk meningkatkan keputusan menginap tamunya. *Service quality* artinya tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh temuan mengenai pelaksanaan *service quality*, keputusan menginap dan pengaruh dari *service quality* terhadap keputusan menginap. Objek dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di The Majesty Hotel. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik sampling insidental, serta jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi linear berganda dengan alat bantu software komputer SPSS 20 for windows. wawancara dan penyebaran angket sebagai teknik pengumpulan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *service quality* dengan dimensi *tangible*(X1), *reliability*(X2), *responseveness*(X3), *assurance*(X4), dan *empathy* (X5) mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap tamu yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran yang digunakan.

Kata kunci : *Service quality*, keputusan menginap

ABSTRACT

Ilyasa Remsa Primera, 0803065, *Efforts to Improve Guest Stay Decision The Majesty Hotel Bandung Through Service Quality Strategy* (Survey to Individual Guest who stay in The Majesty Hotel Bandung). Thesis 2013, Under guidance of Rini Andari, S.Pd., SE., Par., MM and Drs. H. Anthony Barbo

Indonesia has the economic potential, especially in tourism. Tourism comprises the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited. In order to run tourism activities properly must be supported with supporting facilities such as hotel accommodation, restaurants and travel agencies. Bandung is one of the cities with high tourist activity, it can be seen by hotel room occupancy rate which continues increasing year by year, especially four-star hotel. The Majesty Hotel has passable occupancy rate but still below from its competitor, so The Majesty Hotel use service quality to increase guest stay-decision. Service quality is level of excellence and controls expected of excellence to meet the customer. The purpose of this research are to findings regarding the implementation of service quality, stay-decision and effect of service quality toward stay-decision. Objects in this study are the guests who staying at The Majesty Hotel. The type of study is descriptive and verivacative, the methode of this study is explanatory survey with insidental sampling technique, and using 100 sample of respondents. Data analysis technique using multiple linear regression techniques and using SPSS 20 for windows. Data collection techniques by interviews and distributing questionnaires. The result of this study is indicate that service quality with sub dimension tangible (X1), reliability (X2), responseveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) are influence stay-decision which consist of product choice, brand choice, dealer choice, purchase amount, purchase timing, and payment methode.

Key word : service quality, stay-decision