

**PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN, LAYANAN
LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA
KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH : STUDI KASUS PADA
HOTEL NEO MALIOBORO**

JURNAL PUBLIKASI



Ditulis Oleh :

Nama : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 13311563

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2017

PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN, LAYANAN
LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA
KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH : STUDI KASUS PADA
HOTEL NEO MALIOBORO

Nama : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 1311563

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 30 Januari

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Dra. Siti Nurul Ngaini, MM

PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN DAN LAYANAN LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH (STUDI KASUS PADA HOTEL NEO MALIOBORO)

Cici Aristiyani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Islam Indonesia

13311563@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan konsumen dengan layanan yang diharapkan konsumen. Apabila layanan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan maka pelanggan tersebut akan merasa puas, sebaliknya apabila layanan yang dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka layanan yang diberikan gagal dan pelanggan merasa tidak puas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dalam hotel skala menengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis GAP dan Analisis Regresi Linier Berganda. Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang yaitu tamu yang pernah menginap di Hotel Neo Malioboro. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, layanan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan Secara Keseluruhan, Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup.

ABSTRACT

Service quality is the different between consumer perceived service and consumer expected service. If the perceived service in accordance with what is expected by consumer

and then consumer will satisfy, but if the perceived service not in accordance with what is expected and then consumer will not satisfy.

The purpose of this study is, to test the product service, delivery service and environment service to the overall service quality in the mid-scale hotel. The method used in this research is GAP Analysis and Multiple Linerar Regression Analysis. Respondents in this study were 96 people who have experience stayed at the Hotel Neo Malioboro. These results indicate that product services have positive effects but not significant to the overall service quality, delivery service have positive effects and significant to the overall service quality and environment service have positive effects but not significant to the overall service quality.

Keywords: Service Quality In Overall, Service Product, Service Delivery, Service Environment.

1. PENDAHULUAN

Yogyakarta mempunyai banyak tempat wisata sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta menjadikan industri hotel bertumbuh pesat. Kunci utama dari sebuah industri hotel adalah kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Apabila layanan yang diberikan hotel kepada pelanggan sesuai apa yang diharapkan maka pelanggan tersebut akan datang kembali, sebaliknya apabila hotel memberikan layanan yang tidak sesuai maka layanan yang diberikan gagal dan pelanggan tidak akan datang lagi ke hotel tersebut. Bukti yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Heskett et al. (1997) telah menyatakan bahwa memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan keuntungan perusahaan jasa. Karena kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas lebih mungkin untuk dipertahankan sebagai pelanggan setia dari suatu perusahaan, kualitas pelayanan yang baik berdampak positif yaitu pelanggan setia dari suatu perusahaan.

Banyak penelitian yang dilakukan di hotel skala atas. Namun di Yogyakarta banyak terdapat hotel skala menengah. Selain itu, pengembangan terhadap industri hotel tidak hanya dilakukan pada skala atas tetapi juga dilakukan terdapat skala menengah. Dengan mengembangkan konsep-konsep baru dan merancang merek yang

menarik bagi wisatawan. Namun bagaimana hotel membuat konsep yang menarik wisatawan untuk diterapkan pada hotel skala menengah.

Beberapa orang berpendapat bahwa sebagian wisatawan mencari hotel karena di pengaruhi oleh biaya. Namun, Zeithaml (1988) menyatakan bahwa bukan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian tetapi nilai yang dirasakan. Konsumen juga telah memahami nilai dari berbagai tingkat harga di hotel, menunjukkan bahwa tamu dapat menyesuaikan harapan kualitas layanan sebagai harga berfluktuasi (Bojanic, 1996); Namun, penyesuaian harapan tidak menghilangkan kualitas layanan dari nilai yang dirasakan. Akibatnya, bagaimana memahami kualitas yang dikonseptualisasikan oleh pelanggan dalam hotel skala menengah, terutama untuk pelaku bisnis perhotelan yang berusaha untuk meningkatkan persepsi.

2. KAJIAN PUSTAKA

HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Pertama, penelitian yang di lakukan oleh Dennis A. Rauch, Michael Dwain Collins, Robert D. Nale, dan Peter B. Barr pada tahun 2013 dengan judul *Measuring service quality in mid-scale hotels*. Variabel yang di teliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen berupa layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup dan variabel dependen berupa kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang tepat yang dimanfaatkan secara efektif untuk mengukur kualitas layanan dalam hotel skala menengah. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode SERVQUAL. Penelitian ini dilakukan kepada tamu hotel. Hasil penelitian ini adalah menegaskan bahwa tamu pada hotel skala menengah memprioritaskan layanan produk dan layanan lingkungan hidup dari hotel.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Peng-Tien Lieu, Jung-Hui Liang, Chieh-Biao Lin and Hui-Fun Yu pada tahun 2006 dengan judul *The Establishment of Service Quality Model of Hotel Industry*. Variabel yang di teliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen berupa tenaga kerja, Persepsi, Lingkungan Hidup, Layanan dan Informasi. Variabel intervening berupa kepuasan pelanggan dan variabel dependen berupa kesetiaan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk

mengembangkan model pengukuran kualitas layanan agar dapat membantu kualitas layanan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling*. Penelitian ini dilakukan kepada tamu hotel. Hasil penelitian ini adalah untuk mengembangkan struktur yang lebih cocok untuk mengukur kualitas pelayanan industri hotel. Meskipun aspek layanan pelanggan tidak menunjukkan hasil yang signifikan, penelitian ini masih mengembangkan lima aspek utama untuk mengukur kualitas pelayanan dari para pelaku bisnis perhotelan dengan referensi literatur masa lalu. Lima aspek utama termasuk tenaga kerja, persepsi, lingkungan, layanan, dan informasi.

LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan konsumen dengan layanan yang diharapkan konsumen. Harapan konsumen terhadap layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang mereka harapkan.

Layanan Produk

Menurut Kandampully (2007, P. 90), identifikasi layanan produk adalah layanan yang sebenarnya dari hotel itu sendiri, misalnya, fasilitas hotel seperti kamar tidur, restoran, bar, swimming pool, coffe shop, binatu/ laundry dan lain sebagainya. Layanan produk lebih menekankan kepada penyediaan sarana dan prasaranan pendukung.

Layanan Pengiriman

Menurut Kandampully (2007, P. 90), layanan pengiriman didefinisikan sebagai aspek-aspek dari layanan yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan, seperti membuat reservasi, check-in dan check-out.

Layanan Lingkungan Hidup

Menurut Kandampully (2007, P. 90), layanan lingkungan hidup mengacu pada kebersihan dan pemeliharaan fasilitas, perabotan dan suasana hotel. Pada hotel ada departemen tersendiri yang di tugaskan untuk menjaga kebersihan dan melakukan pemeliharaan pada hotel yaitu *housekeeping department*.

3. METODE PENELITIAN

LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Neo Malioboro yang beralamatkan di Jl. Ps. Kembang No.21, Sosromenduran, Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271.

JENIS DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung dan secara online. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab. Pengukuran angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan pertanyaan yang diberikan dalam bentuk berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tingkat tertinggi.

POPULASI DAN SAMPEL

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang pernah menginap di Hotel Neo Malioboro. Sampel pada penelitian ini menggunakan convenience sampling, yaitu suatu nonprobability sampel tidak terbatas. Jumlah sampelnya adalah 96 orang.

PENGUJIAN KUALITAS DATA

Uji Validitas

Terdapat beberapa cara untuk menguji validitas yaitu analisis korelasional (correlational analysis), analisis faktor (factor analysis), dan multikarakter (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini, menggunakan uji validitas analisis korelasional yaitu analisis korelasi *Bivariate Pearson*, item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Dalam penelitian ini item-item pertanyaan dinyatakan valid karena semua koefisien korelasi $\geq 0,201$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diajukan untuk mengetahui apakah pengukuran telah terbebas dari kesalahan (error) sehingga memberikan hasil pengukuran yang konsisten pada kondisi yang berbeda dan pada masing – masing butir dalam instrumen. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan item total correlation dan Cronbach's α yang mencerminkan konsisten internal alat ukur (Sekaran, 2006). Nilai Cronbach's α dikatakan reliabel ketika nilai koefisien lebih besar atau sama dengan 0,6.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 macam, pertama Metode GAP digunakan untuk mengukur perbandingan antara harapan dan kinerja. Perbedaan antara harapan dan kinerja dapat dilihat diagram kartesius. Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadai empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana X merupakan faktor kinerja dan sumbu Y merupakan faktor harapan. Kedua Analisis regresi liner berganda dapat digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.

4. HASIL ANALISIS

ANALISIS METODE GAP

Metode GAP digunakan untuk mengukur perbandingan antara harapan dan kinerja. Kesesuaian antara harapan dan kinerja ditunjukkan oleh diagram kartesius.

Pembahasan Layanan Produk

Variabel layanan produk berada dalam kuadran C yang berada dalam posisi prioritas rendah. Posisi ini memiliki tingkat harapan yang rendah dan kinerja yang rendah. Apabila tidak segera diperbaiki dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Pembahasan Layanan Pengiriman

Variabel layanan pengiriman masuk dalam kuadran B yang berada dalam posisi pertahankan prestasi. Posisi ini memiliki tingkat harapan yang tinggi dan kinerja yang tinggi. Posisi ini merupakan kekuatan perusahaan, sehingga perusahaan harus mempertahankannya.

Pembahasan Layanan Lingkungan Hidup

Variabel layanan lingkungan hidup berada di kuadran D yang berada dalam posisi terlalu berlebihan. Posisi ini memiliki kinerja yang tinggi tetapi harapan tidak begitu tinggi.

ANALISIS REGRESI LINER BERGANDA

Analisis regresi liner berganda dapat digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi tersebut maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

a. Koefisien Layanan Produk

Layanan Produk (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,197. Hal ini berarti apabila layanan produk meningkat satu-satuan maka kualitas layanan juga akan meningkat sebesar 0,197 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

b. Koefisien Layanan Pengiriman

Layanan Pengiriman (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,447. Hal ini berarti apabila layanan pengiriman meningkat satu-satuan maka kualitas layanan juga akan meningkat sebesar 0,447 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

c. Koefisiensi Layanan Lingkungan Hidup

Layanan Lingkungan Hidup (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,211. Hal ini berarti apabila layanan lingkungan hidup meningkat satu-satuan maka kualitas layanan juga akan meningkat sebesar 0,211 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

Uji Hipotesis Untuk Regresi Secara Serentak

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serentak variabel layanan produk, layanan pengiriman, layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan pada Hotel Neo Malioboro. Pengujian dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan tingkat signifikansi 5%. Di ketahui bahwa nilai F hitung sebesar 51,912 dengan p value sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi 5% maka hasil tersebut signifikan karena nilai p value $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan.

Uji Hipotesis secara Parsial

Uji secara parsial untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait digunakan uji t. Dengan membandingkan p value (sig-t) dengan taraf signifikansi 5%, dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

a. Pengujian variabel Layanan Produk (X1)

Variabel layanan produk diperoleh p value sebesar 0,065. Oleh karena itu nilai sig t (0,065) > 0,05, maka dapat disimpulkan H_0 di terima berarti layanan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan.

b. Pengujian variabel Layanan Pengiriman (X2)

Variabel layanan lingkungan hidup di peroleh p-value sebesar 0,000. Oleh karena itu nilai sig t (0,000) < 0,05, maka dapat disimpul H_0 ditolak yang berarti layanan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan.

c. Pengujian variabel Layanan Lingkungan hidup (X3)

Variabel layanan lingkungan hidup diperoleh p-value (0,064) , oleh karena itu nilai sig t (0,064) > 0,05, maka dapat disimpulkan H_0 diterima yang berarti layanan lingkungan hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan

Analisis Koefisiensi Determinasi Ganda

Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda yang digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai R^2 (R square), maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Kemampuan garis regresi yang diperoleh untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada Y ditunjukkan pada besarnya koefisien R^2 . Apabila ingin melihat pengaruh penambahan suatu perubah kedalam suatu persamaan regresi, maka lebih baik melihat pengaruhnya terhadap Adjusted R Square daripada hanya melihat R square-nya (Rietveld dan Sunaryanto, 1994). Koefisien Adjusted R Square pada penelitian ini sebesar 0,617 maka dapat diartikan bahwa 61,7% kualitas layanan dipengaruhi oleh Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup. Sedangkan sisanya sebesar 38,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Analisis Korelasi Koefisien Determinasi Parsial

Untuk mengetahui faktor layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup digunakan bobot pengaruh yang ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial. Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) terbesar ditunjukkan oleh variabel layanan pengiriman (X_2) sebesar 0,143 atau 14,3 %. Dengan demikian variabel layanan pengiriman mempunyai pengaruh paling besar terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

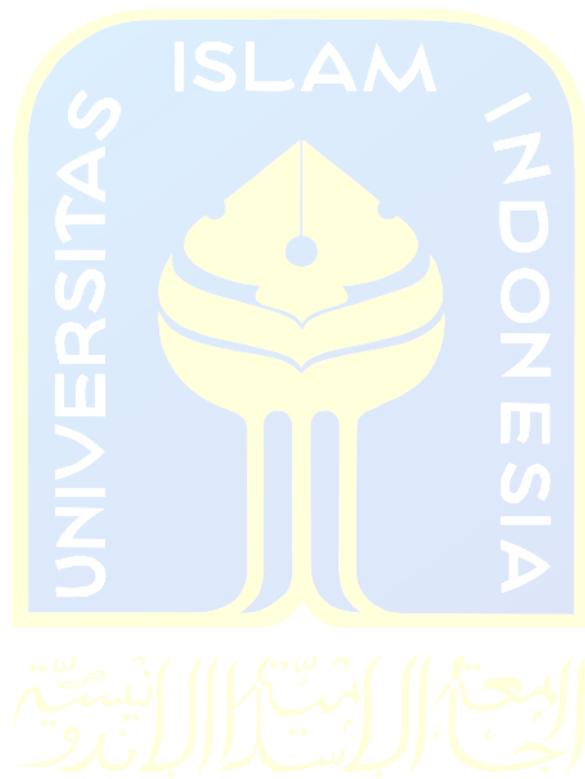
5. PEMBAHASAN

Dari metode GAP yang dilihat melalui diagram kartesius, hal ini dapat dijelaskan bahwa variabel layanan produk berada dalam kuadran C yang berada dalam posisi prioritas rendah. Posisi ini memiliki tingkat harapan yang rendah dan kinerja yang rendah. Apabila tidak segera diperbaiki dapat menimbulkan ketidakpuasan. Variabel layanan pengiriman masuk dalam kuadran B yang berada dalam posisi pertahankan prestasi. Posisi ini memiliki tingkat harapan yang tinggi dan kinerja yang tinggi. Posisi ini merupakan kekuatan perusahaan, sehingga perusahaan harus mempertahankannya. Variabel layanan lingkungan hidup berada di kuadran D yang berada dalam posisi terlalu berlebihan. Posisi ini memiliki kinerja yang tinggi tetapi harapan tidak begitu tinggi.

Berdasarkan analisis regresi liner berganda bahwa layanan produk berpengaruh positif dan berdasarkan hasil uji t variabel layanan produk memperoleh p value sebesar 0,065. Oleh karena itu nilai sig t ($0,065 > 0,05$) yang berarti layanan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Dari uji korelasi parsial di dapat nilai untuk layanan produk sebesar 0,191. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan pengaruh layanan produk terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,191 atau 19,1%.

Layanan pengiriman berpengaruh positif dan berdasarkan hasil uji t variabel layanan lingkungan hidup memperoleh p-value sebesar 0,000. Oleh karena itu nilai sig t ($0,000 < 0,05$) yang berarti layanan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Dari uji korelasi parsial di dapat nilai untuk layanan pengiriman sebesar 0,378. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi layanan pengiriman, maka semakin tinggi kualitas layanannya secara keseluruhan dan pengaruh layanan pengiriman terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,378 atau 37,8%.

Layanan lingkungan hidup berpengaruh terhadap kualitas layanan dan berdasarkan uji t variabel layanan lingkungan hidup memperoleh p-value (0,064) , oleh karena itu nilai sig t (0,064) > 0,05 yang berarti layanan lingkungan hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Dari uji korelasi parsial di dapat nilai sebesar 0,192. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan pengaruh layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,192 atau 19,2%.



6. PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi liner berganda di dapat kesimpulan sebagai berikut :
 - a. Layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan.
 - b. Layanan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi layanan pengiriman, maka semakin tinggi kualitas layanannya.
 - c. Layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan
2. Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel yaitu layanan produk (X1), layanan pengiriman (X2) dan layanan lingkungan hidup (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 51,91. Pada tingkat signifikansi p value sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan koefisien Adjusted R Square sebesar 0,617 maka dapat diartikan bahwa 61,7% kualitas layanan dipengaruhi oleh Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup. Sedangkan sisanya sebesar 38,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
4. Dari hasil uji korelasi parsial di dapat nilai pengaruh layanan produk terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,191 atau 19,1%. Pengaruh layanan pengiriman terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,378 atau 37,8%. Pengaruh layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,192 atau 19,2%. Dengan demikian variabel layanan pengiriman mempunyai pengaruh paling besar terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

5. Dari hasil perhitungan dari diagram kartesius, hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:
- a. Layanam Produk
Variabel layanan produk berada dalam kuadran C yang berada dalam posisi prioritas rendah. Posisi ini memiliki tingkat harapan yang rendah dan kinerja yang rendah. Apabila tidak segera diperbaiki dapat menimbulkan ketidakpuasan.
 - b. Layanan Pengiriman
Variabel layanan pengiriman masuk dalam kuadran B yang berada dalam posisi pertahankan prestasi. Posisi ini memiki tingkat harapan yang tinggi dan kinerja yang tinggi. Posisi ini merupakan kekuatan perusahaan, sehingga perusahaan harus mempertahankannya.
 - c. Layanan Lingkungan Hidup
Variabel layanan lingkungan hidup berada dikuadran D yang berada dalam posisi terlalu berlebihan. Posisi ini memiliki kinerja yang tinggi tetapi harapan tidak begitu tinggi.

SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis data diatas, penulis menyampaikan beberapa saran yang bersangkutan dengan penelitian ini kepada Hotel Neo Malioboro sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan hotel, diantaranya sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Hotel Neo Malioboro perlu meningkatkan kualitas layanan dari segi variabel layanan produk dan layanan lingkungan hidup. Segi variabel layanan produk sebaiknya Hotel Neo Maliobro meningkatkan perhatian dan kepedulian dari segi fisik Hotel Neo Malioboro, seperti Interior kamar hotel, restaurant, sarana olahraga, lobby hotel, bangunan hotel, tempat parkir dan taman hotel. Dari segi variabel layanan lingkungan hidup sebaiknya Hotel Neo Malioboro meningkatkan perhatian dan kepedulian dari penampilan dan kondisi fasilitas, perabot dan suasana dari hotel.
2. Pihak manajemen Hotel Neo Malioboro perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan pada variabel layanan pengiriman yaitu aspek-aspek dari layanan yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Dennis A. Rauch, M. D. (2013). “*Measuring service quality inmid-scale hotels*”. *Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, pp 87-106.

Hasan, I. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta : PT Bumi Aksara.

Heskett, J.L., Sasser, W.E. and Schlesinger, L.A. (1997), “*The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*”, The Free Press, New York, NY.

Kandampully, J. (2007), *Services Management: “The New Paradigm in Hospitality”*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1994), “*Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research*”, *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 1, pp. 111-125.

Peng-Tien Lieu, J.-H. L.-B.-F. (2006). “*The Establishment of Service Quality Model of Hotel Industry*”, *Journal of Accounting Finance & Management Strategy*, . pp1-14.

Purnama, n. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.

Sudarmanto, R. G. (2005). *Analisis Regresi Liner Ganda dengan SPSS*. Bandar lampung: Graha Ilmu.

Sekaran U, 2006. *Research Methods For Business*. Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat

Sekaran U, 2006. *Research Methods For Business*. Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat