

Abstraksi

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan beberapa perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa di dasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa berkualitas yang dibelinya.

Hotel Jayakarta sebagai salah satu alat pengusaha jasa yang termasuk dalam usaha sarana pariwisata. Hotel yang menyediakan fasilitas dan pelayanan pelanggan penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya. Untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu dan dikelola secara komersial. Pada garis besarnya, perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dapat terpenuhi kalau perusahaan memahami perilaku konsumen. Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan perilaku konsumen adalah sangat penting untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi dan data didapat dari penyebaran kuesioner langsung kepada konsumen atau dengan menggunakan primary data, dimana terdapat lima dimensi yang akan diteliti yaitu: dimensi tangibles, dimensi reliability, dimensi responsiveness, dimensi assurance, dan dimensi assurance. Untuk melihat apakah pelayanan tersebut berkualitas dihitung dengan menggunakan GAP, sedangkan untuk mencari pengaruh digunakan regresi, dan untuk menentukan strategi perusahaan digunakan diagram kartesius.