

## ABSTRAK

Perkembangan dunia pariwisata dan usaha di kota Yogyakarta ini mendorong setiap manajer hotel untuk menentukan strategi pemasaran perhotelan mengingat persaingan perhotelan kini sangat ketat. Nilai-nilai kepuasan konsumen seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* biasa digunakan untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen dalam menggunakan atau memanfaatkan jasa perhotelan. Demikian pula halnya dalam penelitian ini dengan obyek hotel Inna Garuda Yogyakarta, salah satu hotel berbintang empat di Yogyakarta. Untuk lebih mengetahui sikap konsumen dalam memilih hotel tersebut, penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran dan perilaku konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi pelayanan jasa di hotel Inna Garuda Yogyakarta memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi bagi konsumen, untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa di hotel Inna Garuda Yogyakarta telah dapat dikatakan baik bagi konsumen, dan untuk mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas dengan pelayanana di hotel Inna Garuda Yogyakarta.

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis Diagram Kartesius terhadap 100 responden berdasarkan keperluan menginap dari konsumen di hotel Inna Garuda. Analisis diagram kartesius ini menggunakan komponen tingkat kesesuaian responden ( $T_k$ ), skor penilaian pelaksanaan ( $X_i$ ), dan skor penilaian kepentingan konsumen ( $Y_i$ ). Untuk memperoleh hasil dari skor rata-rata tingkat pelaksanaan ( $X$ ) dan skor rata-rata tingkat kepentingan ( $Y$ ), yang masing-masing dibagi dengan jumlah responden yang digunakan. Skor rata-rata yang diperoleh dijumlah dan dibagi dengan banyaknya atribut yang mempengaruhi konsumen ( $K$ ). Kemudian tingkat unsur-unsur tersebut dijabarkan dalam empat kuadran yang terdapat dalam Diagram Kartesius yang meliputi : Kuadran A (prioritas utama), Kuadran B (pertahankan prestasi), Kuadran C (prioritas rendah) dan Kuadran D (berlebihan).

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *tangible* & *reliability* terdapat di kuadran A, variabel *responsiveness* terdapat di kuadran B, variabel *emphaty* di kuadran C sedangkan variabel *assurance* terdapat di kuadran D.