

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Hotel Tebu adalah bagian bisnis Grand Hotel Tebu yang masih berada di Jalan Martadinata No 62. Hotel Tebu hanya berjarak 10 menit dari tempat kuliner, factory outlet dan mall terbesar di Bandung. Mudah diakses dari segala arah, dan hanya satu menit berkendara ke pusat perbelanjaan terkenal Riau Factory Outlet dan Mall Terbesar di Bandung. Hotel Tebu bertujuan untuk konsumen yang melakukan bisnis dan liburan dengan 50 kamar dan ruang pertemuan. Setiap kamar memiliki jendela yang lebar sehingga para tamu dapat menikmati pemandangan kota Bandung. Hotel Tebu merupakan hotel *budget* atau hotel dengan tarif sedang (Hotel Tebu Bandung, 2021).

Layanan Hotel meliputi layanan keamanan 24 Jam, layanan kamar 24 Jam, Kafe & Resto, layanan binatu, Check-In Ekspres (Check-In VIP), layanan antar-jemput dari atau ke Bandara Husein Sastranegara, parkir gratis. Sedangkan layanan Akomodasi meliputi tempat tidur linen nyaman, akses internet gratis (wifi), air panas dan dingin, fasilitas pembuat kopi/teh gratis, LCD TV, penyejuk udara, area merokok & area bebas-rokok (Hotel Tebu Bandung, 2021).



Sumber: (Hotel Tebu Bandung, 2021)

**Gambar 1.1**  
**Logo Hotel Tebu**

Alasan memilih Hotel Tebu sebagai objek penelitian adalah karena Hotel Tebu merupakan Hotel Bintang 3 dengan kapasitas parkir yang sangat terbatas dibanding hotel lainnya di lokasi yang sama. Selain itu juga Hotel Tebu memiliki

cabang di lokasi yang sama pula yaitu Hotel Grand Tebu yang lebih luas, sehingga tuntutan Hotel Tebu untuk meningkatkan kualitas pelayanannya lebih tinggi lagi.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

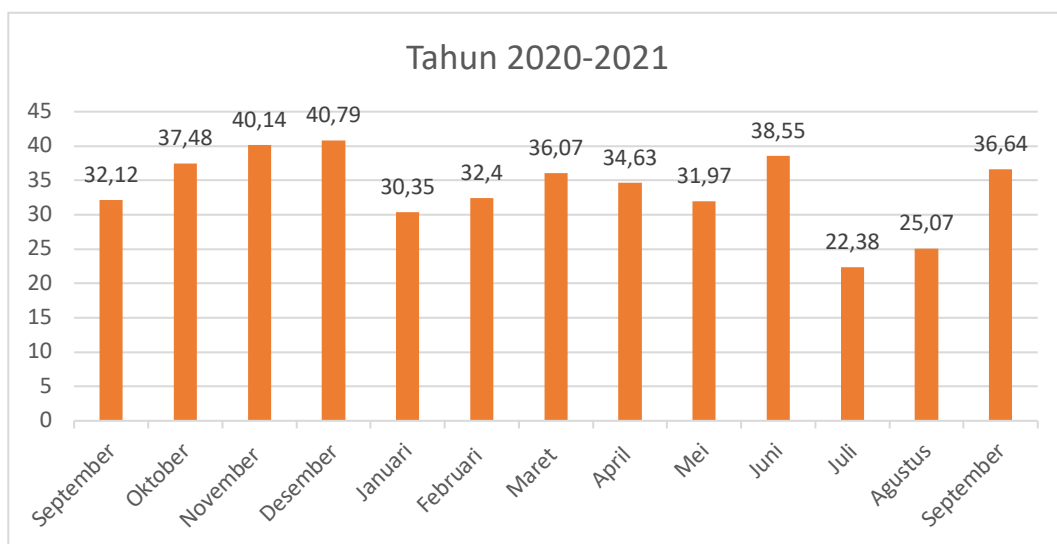
Persaingan yang semakin meningkat antara penyedia layanan menjadi ciri pasar akomodasi. Pelanggan diuntungkan dari kompetisi ini dengan ditawarkan berbagai pilihan akomodasi, yang menyebabkan meningkatnya ekspektasi (Oh & Kawon, 2017). Agar tetap kompetitif, menjaga pelanggan saat ini dan memikat pelanggan baru, penyedia akomodasi umumnya meningkatkan kualitas layanan mereka dan kepuasan pelanggan mereka sebagai strategi utama. Para peneliti terdahulu telah menunjukkan ketertarikan melakukan penelitian kepuasan pelanggan (Nunkoo et al., 2019).

Memberikan kualitas layanan yang unggul sangat penting dalam mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri jasa (Tjiptono, 2017). Kualitas layanan mengacu pada evaluasi konsumen atas keunggulan dan keunggulan layanan yang dihadapi. Pelanggan yang mengalami perasaan dan sikap positif terhadap layanan selama proses konsumsi layanan lebih cenderung berpersepsi positif terhadap penyedia layanan, yang selanjutnya mengarah pada kepuasan pelanggan (Khoo, 2019).

Industri perhotelan bukanlah sebuah bisnis yang hanya menawarkan suatu bentuk akomodasi yang menggunakan, baik sebagian ataupun secara keseluruhan bangunannya agar dapat memberikan jasa penginapan yang memang dikelola secara komersial, jenis hotel pun kini sudah sangat bervariasi, bahkan dalam dunia bisnis perhotelan dapat melakukan kegiatan bisnis dengan inovasi yang berbeda-beda. Biasanya para pendatang baru merupakan pesaing dengan inovasi terbaru sehingga dirasa mengganggu para pelaku bisnis lama. (Maradona & Bayudin, 2019).

Perkembangan industri perhotelan ini sangat tumbuh meningkat, sehingga menimbulkan persaingan yang lebih kompetitif di antara industri hotel-hotel lainnya. Sehingga membuat mereka memaksa untuk dapat melakukan suatu rekonfigurasi kapabilitas yang mereka miliki jika mereka tidak ingin industrinya tergilas (Prihanto & Siahaan, 2019).

Pandemi covid-19 yang melanda di dunia salah satunya memberikan dampak bagi Indonesia, khususnya pada industri perhotelan. Sebagaimana munculnya berita tentang ditutupnya beberapa hotel saat pandemi covid-19 tentunya menjadi sebuah musibah bagi usaha perhotelan. Berbagai macam bentuk upaya dilaksanakan agar dapat memperkecil kerugian yang terjadi. Di samping itu pula adanya masalah persaingan yang kompetitif di antara para pengusaha hotel. Terlihat dari adanya pertumbuhan hotel-hotel yang semakin meningkat pesat serta tingkat kunjungan yang meningkat Kembali. (Diayudha, 2020).



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021)

**Grafik 1.1**

### **Tingkat Penghunian Kamar Hotel Klasifikasi Bintang 2020-2021**

Sebagaimana yang tercatat pada Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat hunian kamar hotel berbintang di Indonesia mencapai 36,64% pada September 2021. Angka ini naik signifikan sebesar 11,57 poin dibandingkan bulan sebelumnya sebesar 25,07%. Sistem rating hotel (TPK) meningkat 4,52 poin pada September 2021, jika dibandingkan September 2020. Pada September 2020, tingkat hunian hotel berbintang adalah 32,12%.

Menghadapi persaingan seperti ini manajemen hotel harus dapat mempersiapkan cara agar para konsumen terus mengkonsumsi atau menggunakan jasa mereka dengan bertujuan akan keberhasilan perusahaan itu sendiri atau untuk mendapatkan kepuasan dari para konsumen (Dharma, 2013).

Kota Bandung menjadi kota destinasi wisata bagi para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara disebabkan keanekaragaman wisata yang dimilikinya. Bandung mempunyai tingkat kreativitas serta produktivitas tinggi dalam berbagai kegiatan bisnis pariwisata. Bandung terkenal menjadi kota wisata, dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung (Abdi, 2021).

Pertumbuhan ekonomi Kota Bandung rata-rata 7,8% selama tujuh tahun terakhir. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Jabar, tingkat hunian kamar hotel di Jabar meningkat 1,31 poin pada September 2019 dibandingkan Agustus 2019. Kedua jumlah tamu yang datang melalui Bandara Husein Sastranegara dari mancanegara pada September 2019 mengalami penurunan sebesar 7,96% (Badan Pusat Statistik, 2019).

Di Kota Bandung banyak terdapat hotel dengan segala jenis tingkatan kelasnya, salah satunya adalah Hotel Tebu yang merupakan hotel bintang 3, berlokasi di Jl. L.L. R.E. Martadinata No. 62 Bandung atau lebih dikenal Jalan Riau. Persaingan Hotel bintang 3 sekitar jalan riau sendiri cukup ketat yang masing-masing memberikan fasilitas terbaiknya. Berikut ini hotel yang berada di jalan Riau Bandung.

**Tabel 1.1**

**Daftar Hotel Berbintang Tiga di Jalan Martadinata Bandung**

<b>Nama Hotel</b>	<b>Alamat</b>	<b>Harga</b>
Serela Riau	Jl. Martadinata No 56.	Rp. 279,813 per malam (promo)
Hotel Dafam Rio	Jl. Martadinata No 160.	Rp. 292,836 per malam (promo)
Hotel Newton	Jl. Martadinata No 223.	Rp. 324.924 per malam (promo)
Hotel SubWow	Jl. Martadinata No 207.	Rp. 275.000 per malam (promo)
Hotel Riau	Jl. Martadinata No 191.	Rp. 350.000 per malam
Anggrek Shopping	Jl. Martadinata No 15.	Rp. 272.650 per malam
Tebu Hotel	Jl. Martadinata No 62.	Rp. 252.000 per malam
Kartika Hotel	Jl. Martadinata No 144.	Rp. 280.000 per malam
Amaris Hotel	Jl. Martadinata No 157.	Rp. 350.000 per malam

Sumber:(Traveloka, 2021) <http://www.traveloka.com/>

Tabel 1.1 menunjukkan lokasi hotel di jalan riau sekaligus pesaing Hotel Tebu. Hal ini menuntut Hotel Tebu agar sungguh-sungguh mengerti dinamika selera konsumen sebagai target pasarnya dan berupaya untuk memuaskan

konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan upaya senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan dan tanggap akan lingkungan di sekitarnya baik terhadap konsumen maupun pesaingnya. Peningkatan kualitas pelayanan ini diharapkan dapat pula meningkatkan kepuasan konsumennya. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh kesenjangan antara pengalaman layanan yang sebenarnya dan harapan pelanggan. Dalam hal ini, kualitas pelayanan menjadi kunci kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan identik dengan fasilitas, keramahan, kecepatan pelayanan, kenyamanan dan kemampuan hotel dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Model SERVQUAL (*Service Quality*) merupakan salah satu pendekatan kualitas jasa yang sering dipakai sebagai acuan dalam riset pemasaran. SERVQUAL dianggap sebagai alat yang paling tepat untuk mengukur kualitas layanan hotel. Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam kinerja sebuah hotel sebagai sektor jasa. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan secara terus-menerus untuk menilai kinerja penyedia layanan. Faktor terpenting dalam melakukan prediksi evaluasi kualitas pelayanan pariwisata adalah *tangibility*, diikuti oleh empati, keandalan, dan daya tanggap. Responsivitas layanan dalam hal sikap responsif dan respon cepat terhadap permintaan pelanggan memang memiliki efek buruk pada kualitas layanan (Debasish, 2015).

Pendapat tamu tentang kualitas layanan biasanya berbeda di setiap hotel dengan peringkat klasifikasi yang berbeda (Huang et al., 2018), serta di berbagai jenis hotel, seperti antara hotel mewah yang berdiri sendiri dan hotel mewah berbasis resor (Lai & Hitchcock, 2016).

Kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan (Nunkoo et al., 2019). Sedangkan rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan akan membangun citra buruk bagi hotel, dimana tamu yang tidak puas cenderung menceritakan kepada rekan kerjanya, hal ini pada akhirnya akan berdampak negatif terhadap bisnis hotel secara keseluruhan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah hotel, semakin berharga bagi tamu. Penelitian ini tidak menggunakan dimensi SERVQUAL tetapi mengadopsi penelitian (Nunkoo et al., 2019) yaitu skala holistik untuk mengukur kualitas pelayanan di bidang hotel, yaitu

Scale of Service Quality in Hotels (SSQH). Adapun dimensi kualitas layanan hotel yaitu 1) infrastruktur akomodasi; 2) kualitas kamar; 3) meja depan; 4) kualitas makanan dan minuman; 5) keramahan; 6) keselamatan dan keamanan; 7) sikap dan perilaku karyawan; 8) keahlian karyawan; 9) interaksi pelanggan; 10) waktu tunggu. Pengembangan dimensi kualitas pelayanan tersebut berdasarkan Konsep pengukuran atau barometer kepuasan pelanggan dengan skala nasional yang pertama kali dilakukan di Swedia pada 1989 dengan nama Swedish Customer Satisfaction Barometer (SCSB) yang dikembangkan oleh Claes Fornell, warga negara Swedia yang mendapatkan Ph.Dnya dari University of Lund, Swedia.

Sepuluh dimensi SSQH yang digunakan sesuai dengan kondisi Hotel Tebu sehingga layak untuk digunakan sebagai dimensi penelitian. Jurnal yang dikemukakan Nunkoo et al. (2019) berdasarkan indeks kepuasan pelanggan Amerika yaitu The American Customer Satisfaction Index (ACSI) Indeks kepuasan pelanggan ini mengukur pengalaman pelanggan pada hotel secara keseluruhan.

Keluhan pelanggan tersebut merupakan rasa ketidakpuasan atas layanan dan fasilitas yang diberikan. Kepuasan pelanggan erat kaitannya nilai dari pelanggan. Umumnya pelanggan berharap produk yang mereka terima dapat dinikmati dengan baik serta terpuaskan (Tjiptono, 2015).

Hasil wawancara dengan konsumen masih ada perlu perbaikan dan keluhan seperti lobby kurang nyaman dan sempit, menu nasi dan sayur plus daging, rasanya kurang pas serta kebersihan mencuci sayurnya. Untuk lahan parkir, juga masih bermasalah karena lahan yang sempit. Masih ada beberapa keluhan lainnya yang disampaikan pelanggan terkait layanan seperti tidak adanya kelengkapan toilet seperti sikat gigi dan pasta gigi karena memang pihak hotel tidak menyediakan, lalu sinyal wifi kurang bagus, tidak tersedianya fasilitas tv kabel (hanya *channel* tv lokal dengan gambarnya tidak jelas), ac kamar yang tidak berfungsi dengan baik (kurang dingin). Di samping itu, terlihat dari komentar pelanggan yang merasa kurang puas atas respon dari karyawan hotel ketika menerima keluhan. Hal ini tentunya mengindikasikan masih terdapat pelanggan yang tidak puas dengan memberikan komplek atas jasa yang diberikan oleh Hotel Tebu. Berikut ini *review* komplek dan kepuasan tamu hotel yang dimuat tiket.com,



TY  
14 Nov 2020 - Solo

2.2/5

Hanya lokasi yg baik dekat dg tempat tujuan saya. Hotel minimalis, ukuran kmr kecil. Resepsionis wanita kurang ramah, yg laki2 cukup ramah dan informatif. Staff resto ramah dan sigap, hanya menu kurang lengkap spt omelette dan juice buah tdk tersedia, dan rasa makanan biasa. Kebersihan sedang, handuk dan keset bersih sedangkan bedsheet kurang bersih, ada noda2 dan kotor sedikit. Untuk harga diatas 300 agak mahal dibanding dg fasilitas dan kepuasan menginap.



VS  
09 Agt 2021 - Solo

2.0/5

poor wifi, not recommended, kamar tidak kedap suara, makanan amat sangat perlu ditingkatkan

👍 1 orang merasa terbantu.

...



hendri kus andrian  
12 Agt 2020 - Grup

2.4/5

pas masuk sotel pas lagi parkir jadi susah cari lokasi pasrkir, ketika saya memasuki lobby pelayanan nya cukup ramah ,dan pas masuk ke kamar untuk view nya luwayan tapi untuk kebersihan kamar nya kurang. pas saya mau mandi pas mau gosok gigi ternyata tidak di vasilitasi sikat gigi dan pasta gigi nya dan juga ac nya kurang dingin. over all good view.



👍 5 orang merasa terbantu.

...



DH  
30 Mei 2020 - Pasangan

4.2/5

wifi nya cukup lambat

👍 5 orang merasa terbantu.

...



Herman Herman  
11 Mei 2020 - Keperluan Medis

4.4/5

Sangat bagus untuk harga semurah ini, saya tidak perlu keluar uang terlalu banyak selama 8 hari menginap di hotel tebu Lokasi kebetulan dekat dgn RS tempat anak dan istri saya dirawat

👍 5 orang merasa terbantu.

...



RF  
18 Okt 2021 - Trip Pasangan

5.0/5

Stafnya semua ramah, cuma maaf saya dpt kamar 3310 itu posisi d ujung deketan sama meeting room jd kedengeran geseran meja kursi dan juga dr kamar sebelah yg berisik juga jd ga kedap suara.

👍 3 orang merasa terbantu.

...



Gema Imaduddin Sofyan  
25 Agt 2021 - Trip Solo

5.0/5

Fasilitas Cukup Memuaskan, Lokasi Strategis, Pelayanan Baik.



**FENNY HUTA KONG PIET SI** 5.0/5  
 24 Apr 2021 - Perjalanan Bisnis

**Hotel bersih dan layanannya ok**


3 orang merasa terbantu. ...



**Hendra Gunawan Asmar...** 4.4/5  
 21 Okt 2020 - Perjalanan Bisnis

hotel yg nyaman dan lokasi strategis, walau kamar gak terlalu besar dg lantai atas dan pemandangan kota bandung yg cantik, sy dpt room 506 untuk 3 mlm, hanya saja kurang kedap suara dr kamar sebelah terdengar obrolan orang smpe larut malam pd ketawa2 jd terganggu. tp bersyukur suara pengajian subuh dr mesjid terdekat sangat jelas dan bs membangunkan buat sembahyang subuh... overall recomended cm klo bs parkir di perluas. thanks Tebu hotel & tiket.com

3 orang merasa terbantu. ...



**HH** 5.0/5  
 20 Okt 2020 - Trip Keluarga

**Lokasi strategis cozy bersih dan hrga terjangkau sudah 5x nginep di tebu setiap ke bandung**

3 orang merasa terbantu. ...

Sumber: Booking.com, 2020

### 2/5 Buruk

Toru  
28 Okt 2018

☹ Tidak Disukai: Staf & layanan

Menginap 1 malam pada bulan Oktober 2018

👍 0

### 3/5 Cukup Baik

I HARDIONO K  
15 Okt 2018

😊 Disukai: Kebersihan

☹ Tidak Disukai: Staf & layanan, kondisi & fasilitas properti

Diterjemahkan oleh Google [Lihat aslinya](#)

Pintu masuk yang sempit dan lobi kecil

Agak berisik. Lobi terlalu kecil. Mobil antri saat drop off dan pick up, hanya ada satu jalur. TV tidak bekerja dengan baik.

Sumber: www.expedia.co.id, 2018.





Sumber: [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), 2022.

## **Gambar 1.2**

### ***Review Pelanggan***

Beberapa penilaian konsumen mengenai Hotel Tebu beberapa memberikan penilaian positif dan lainnya menyatakan negatif yang menunjukkan masih adanya konsumen yang tidak puas dengan salah satu fasilitas jasa yang diberikan seperti yang dikemukakan oleh inisial TY, VS, Hendri Kus Andrian, DH, Herman dan MF. Pendekatan yang tepat ketika memberikan pelayanan yang baik atau standar etika seringkali membutuhkan banyak kesabaran. Dalam hal ini pihak hotel harus bersikap tenang dan santun, agar tidak menyinggung perasaan tamu, tetapi juga menjalin hubungan baik antara staf hotel dengan tamu hotel. Selain itu, ketika menangani keluhan atau memberikan pelayanan, harus ada pengetahuan, ketampanan, dan sikap yang cukup untuk menentukan keberhasilan pekerjaan. Staf yang mengoperasikan atau melayani harus memiliki pemahaman yang sangat baik tentang apa itu etika yang baik dan sopan, staf juga harus dapat menangani keluhan tamu dengan baik menggunakan hubungan etika yang baik ketika menangani keluhan (Rendrawan et al., 2020).

Pelanggan yang loyal akan kembali untuk menggunakan jasa yang diberikan selain itu pelanggan dapat merekomendasikan kepada orang lain. Kepuasan pelanggan adalah ukuran seberapa baik alternatif memenuhi atau melampaui

harapan pelanggan setelah dipilih (Lupiyoadi, 2016). Jadi penelitian ini akan menginvestigasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Tebu

### **1.3 Perumusan Masalah**

Kualitas pelayanan pada Hotel Tebu masih belum memberikan kepuasan pada pelanggan. Masih rendahnya kualitas pelayanan terbukti dengan banyaknya komplain yang dikemukakan oleh pelanggan baik kepada pihak hotel maupun melalui media sosial. Berdasarkan hasil wawancara bahwa terdapat beberapa kekurangan seperti tidak disediakannya sikat gigi dan pasta gigi, sinyal wifi kurang bagus, tidak tersedianya fasilitas tv kabel (hanya channel tv lokal dengan gambarnya tidak jelas), ac kamar kurang dingin serta kekecewaan atas respon dari karyawan hotel ketika mendapat keluhan. Peningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan, di mana kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang baik tentunya memberikan hasil berupa tingginya kepuasan konsumen (Tjiptono, 2017).

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah penelitian yang telah diuraikan, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh infrastruktur akomodasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
2. Bagaimana pengaruh kualitas kamar terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
3. Bagaimana pengaruh kualitas meja depan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
4. Bagaimana pengaruh kualitas makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
5. Bagaimana pengaruh keramahan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
6. Bagaimana pengaruh keselamatan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
7. Bagaimana pengaruh sikap dan perilaku karyawan terhadap kepuasan

pelanggan pada Hotel Tebu.

8. Bagaimana pengaruh keahlian karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
9. Bagaimana pengaruh interaksi ke pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
10. Bagaimana pengaruh waktu tunggu terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
11. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian bertujuan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh infrastruktur akomodasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
2. Bagaimana pengaruh kualitas kamar terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
3. Bagaimana pengaruh kualitas meja depan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
4. Bagaimana pengaruh kualitas makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
5. Bagaimana pengaruh keramahan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
6. Bagaimana pengaruh keselamatan dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
7. Bagaimana pengaruh sikap dan perilaku karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
8. Bagaimana pengaruh keahlian karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu
9. Bagaimana pengaruh interaksi ke pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.
10. Bagaimana pengaruh waktu tunggu terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu

11. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian akan diuraikan ke dalam dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis.

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Manfaat penelitian berdasarkan aspek teoritis diharapkan dapat menerapkan teori-teori marketing yang berhubungan dengan faktor kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu Bandung dan dapat menjadi bahan referensi sebagai tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya yang sedang mendalami ilmu marketing.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Manfaat penelitian ditinjau dari aspek praktis diharapkan dapat dipakai oleh Hotel Tebu ataupun pengusaha sejenis sebagai sumber perancangan strategi dalam pengembangan, inovasi, maupun kolaborasi strategi marketing sebuah usaha berbasis *hospitality*, sehingga Hotel Tebu dapat secara tepat memakai kombinasi dan meraih target yang diharapkan serta tentunya tepat sasaran.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berikut uraian singkat mengenai sistematika dari laporan penelitian ini yang meliputi Bab I hingga Bab V.

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab yang berisi pemaparan mengenai gambaran umum dan latar belakang penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab yang berisikan teori umum hingga khusus berkaitan dengan teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan,

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab yang memaparkan tentang pendekatan metode dan teknik penelitian yang dipakai.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab yang berisi pengolahan hasil penelitian dan pembahasan atas hasil penelitian.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab yang berisi kesimpulan berupa jawaban atas pertanyaan penelitian dan saran yang terkait dengan manfaat penelitian.