

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN DETERMINANTS
DI COURTYARD BY MARRIOTT NUSA DUA BALI RESORT**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali**

Oleh

I GUSTI AYU KADEK SRI UDYANI DWIAPAYANTI

NIM 2015744148

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN DETERMINANTS
DI COURTYARD BY MARRIOTT NUSA DUA BALI RESORT**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali**

Oleh

I Gusti Ayu Kadek Sri Udyani Dwiapayanti

NIM 2015744148

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Gusti Ayu Kadek Sri Udyani Dwipayanti
NIM : 2015744148
Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Determinants Di Courtyard By Marriott Nusa Dua Bali Resort”

Adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung,

Yang menyatakan,

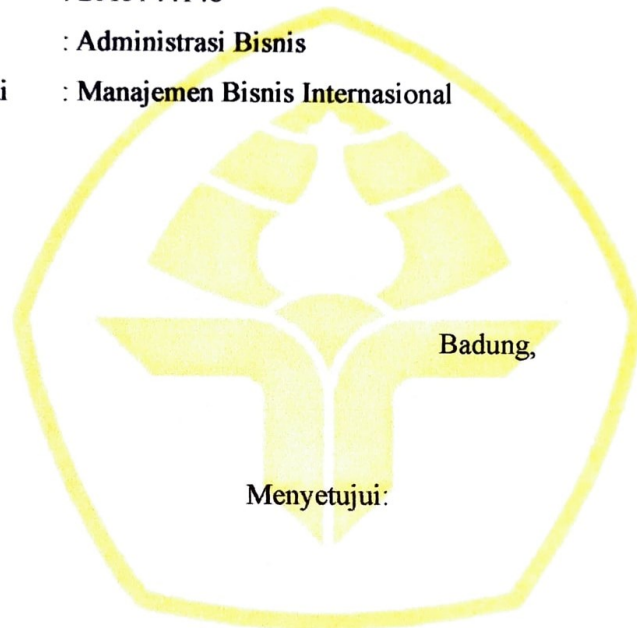


I Gusti Ayu kadek Sri Udyani Dwipayanti

NIM. 2015744148

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Determinants di Courtyard Bali Nusa Dua Resort
2. Penulis
 - a. Nama : I Gusti Ayu Kadek Sri Udyani Dwipayanti
 - b. NIM : 2015744148
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional



Pembeimbing I,



I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd
NIP. 198809092019031013

Pembimbing II,



Upayana Wiguna Eka Saputra, S.Ak., M.M
202111017

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN DETERMINANTS DI COURTYARD BY MARRIOTT NUSA DUA BALI RESORT


Oleh

I Gusti Ayu Kadek Sri Udyani Dwiapayanti

NIM 2015744148

Disahkan:

Ketua Tim/Penguji


I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd
NIP. 198809092019031013

Penguji I



Dr. I Ketut Santra, M.Si
NIP. 196710211992031002


Penguji II



Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D.
NIP. 198104122005011001

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua, Ketua,




Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D
NIP. 19640929190032003

Badung,
Prodi Manajemen Bisnis Internasional



Ketut Vini Elfarosa, SE, M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sabar dan Ikhlas”

Persembahan:

Puji syukur saya panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas berkat rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN DETERMINANTS DI COURTYARD BY MARRIOTT NUSA DUA BALI RESORT”** tepat pada waktunya. Atas terselesaikannya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak dan Ibu saya selaku orang tua yang senantiasa memberikan doa restu yang tiada henti, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Karyawan yang telah memberikan kesempatan dan banyak memberikan saran, masukan, serta dukungan kepada saya untuk melakukan penelitian sehingga dapat memperlancar proses pembuatan skripsi ini
3. Bapak dan Ibu Dosen pengajar, pembimbing, dan penguji yang telah memberikan banyak arahan, motivasi, serta bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
4. Serta rekan-rekan kelas 8C MBI yang sangat supportif serta terus memberikan motivasi dan semangat.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort menggunakan teori bauran pemasaran (7P) oleh McCarthy sebagai kerangka analisis. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan di lokasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan karyawan dan pelanggan resort. Informan dalam penelitian ini meliputi karyawan dan pelanggan Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort. Determinan yang ditanyakan mencakup kualitas produk, tempat, orang, dan proses di resort. Hasil wawancara mengungkap beberapa area yang perlu perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort. Pertama, kualitas kamar perlu ditingkatkan dalam hal isolasi suara dan pembaruan desain. Kedua, akses ke fasilitas hotel perlu diperbaiki, terutama terkait udara panas dan masalah nyamuk. Ketiga, pelatihan staf harus ditingkatkan untuk menjaga profesionalisme. Keempat, efisiensi proses check-in dan check-out perlu diperbaiki, terutama saat musim ramai. Implementasi perbaikan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas tamu, dan ulasan positif terhadap hotel.

Kata Kunci : 7P, Analisis Kepuasan Pelanggan, Hotel

ABSTRACT

This research aims to analyze customer satisfaction at Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort using McCarthy's 7P marketing mix theory as the analytical framework. The study was conducted over six months at the resort. The research method employed is a qualitative approach, with data collection techniques including in-depth interviews with the resort's employees and customers. The informants in this study included employees and customers of Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort. The determinants examined encompass product quality, place, people, and processes at the resort. The interviews revealed several areas needing improvement to enhance customer satisfaction at Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort. First, room quality requires improvement, particularly in terms of soundproofing and regular design updates. Second, access to hotel facilities needs to be improved, especially concerning hot weather conditions and mosquito issues. Third, staff training should be enhanced to maintain professionalism. Fourth, the efficiency of the check-in and check-out processes needs to be improved, especially during peak seasons. Implementing these improvements is expected to increase customer satisfaction, guest loyalty, and positive reviews of the hotel.

Keywords: 7P, Customer Satisfaction Analysis, Hotel

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Determinants Di Courtyard By Marriott Nusa Dua Bali Resort**” tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya tidak terlepas dari bantuan, saran, pendapat, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.e Com. selaku direktur Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan izin dan kepercayaan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali dan menyusun Skripsi.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph. D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali dan menyusun Skripsi.
3. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali dan menyusun Skripsi.
4. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali atas segala informasi dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan berperan aktif dalam memberikan petunjuk serta arahan selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Upayana Wiguna Eka Saputra, S.Ak., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen penguji dan pengajar beserta pegawai di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bekal pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta bantuan pelayanan yang baik selama ini atas keperluan penulis di Jurusan Administrasi Bisnis.
8. Karyawan Courtyard by Marriot Bali Nusa Dua Resort yang telah banyak membantu dan memberikan arahan serta masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Serta rekan - rekan penulis yang telah memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini akan sempurna jika mendapat masukan dari pembaca yang terpelajar, maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada semua pihak.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 1 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAU PUSTAKA	10
2.1 Telaah Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.2 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik)	23

2.3 Kerangka Teoritis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Tempat Penelitian.....	29
3.2 Objek Penelitian.....	30
3.3 Sumber Data.....	30
3.4 Jenis Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Teknik Analisa Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambar Umum Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort	45
4.1.1 Sejarah Berdirinya	45
4.1.2 Fasilitas Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort	47
4.1.3 Struktur Organisasi di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort	49
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	53
4.2.1 Hasil Analisis Kepuasan Pelanggan di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort	53
4.2.2 Rekomendasi atau Upaya yang dapat Diberikan (Output)	79
4.3 Pembahasan.....	82
4.4 Implikasi Penelitian.....	85
4.4.1 Implikasi Teoritis.....	86
4.4.2 Implikasi Praktis	86
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tingkat Penghunian Kamar Provinsi Bali.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Instumen Observasi.....	33
Tabel 3. 2 Instrumen Wawancara.....	35
Tabel 4. 1 Tipe Kamar Courtyard by Marriot Bali Nusa Dua Resort	47
Tabel 4. 2 Hasil Obeservasi	54
Tabel 4. 3 Triangulasi Data Hasil Wawancara	71

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Komplain Pelanggan 2022-2023.....	3
Gambar 2 Kerangka Teoritis	28
Gambar 4. 1 Logo Hotel.....	45
Gambar 4. 2 Capacity Chart.....	48
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4. 4 Kebijakan.....	81

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Proses Bimbingan

Lampiran 2 : Instrumen Penelitian

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Kebijakan Mengenai Kepuasan Pelanggan

Lampiran 5 : Dokumentasi

The logo of Politeknik Negeri Bali is a yellow emblem. It features a central stylized figure that resembles a person with arms raised, enclosed within a shield-like shape. This central figure is surrounded by a larger, more complex geometric design that forms a stylized flower or star shape. The entire emblem is contained within a yellow outline of a shield with a pointed top and a slightly curved bottom.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Bali telah menjadi salah satu destinasi wisata paling populer di dunia. Keindahan alam pulau ini, budaya yang kaya, dan keramahan penduduknya telah menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya. Dengan meningkatnya minat wisatawan, pertumbuhan usaha pariwisata di Bali pun mengalami peningkatan. Kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) ke Provinsi Bali pada bulan Desember 2023 tercatat sebanyak 481.646 kunjungan, naik 19,47 persen dibandingkan bulan sebelumnya yang tercatat sebanyak 403.154 kunjungan. Wisatawan yang berasal dari Australia mendominasi kedatangan wisman ke Bali di bulan Desember 2023 dengan share sebesar 25,70 persen. Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali Tahun 2023.

Industri perhotelan telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling berkembang pesat di Bali. Berbagai jenis akomodasi bermunculan untuk mengakomodasi permintaan yang terus meningkat. Hotel adalah bisnis pariwisata dimana sebuah akomodasi yang dikomersilkan dengan menyediakan fasilitas

seperti kamar tidur (*guestroom*), makanan, minuman, dan layanan pendukung seperti tempat rekreasi, olahraga, fasilitas, dan fasilitas lainnya Cheng & O-Yang, (2018). Pariwisata di Bali telah menjadi destinasi wisata terkenal di dunia berkat keindahan alam, budaya yang kaya, dan keramahan penduduknya. Berdasarkan pengertian tersebut setiap tahunnya, jutaan wisatawan mengunjungi pulau Bali, mendorong pertumbuhan industri pariwisata secara signifikan. Seiring dengan peningkatan minat wisatawan, industri perhotelan menjadi salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat di Bali, dengan berbagai jenis akomodasi bermunculan untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat.

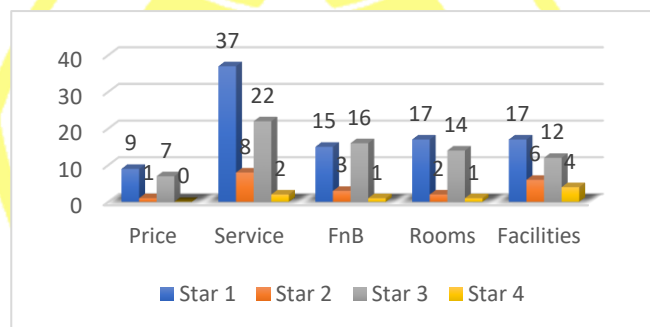
Dari data yang didapatkan dalam Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2024 jumlah hotel berbintang saat ini di Provinsi Bali yaitu berjumlah 498 hotel dari Bintang 1 sampai Bintang 5, dan yang terbanyak ada di Kabupaten Badung sebanyak 380 hotel. Berikut Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Provinsi Bali :

Tabel 1 Tingkat Penghunian Kamar Provinsi Bali

Bulan	Tahun	Keterangan	Tingkat Penghunian Kamar
Desember	2023	Hotel Berbintang	62,19%
November	2023		54,89%
Desember	2022	Hotel non Bintang	62,19%
November	2022		34,20%

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2024

Kebutuhan tempat menginap semakin tinggi dari waktu ke waktu membuat persaingan yang semakin ketat, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi kunci bagi kesuksesan sebuah properti hotel. Menurut Duan et al., (2016) ulasan online hotel berisi banyak informasi, termasuk berbagai aspek hotel, seperti kebersihan, lokasi, kamar, layanan, kualitas tidur, dan fasilitas. Berikut adalah sampel *online review* yang diambil dari OTA (*Online Travel Agent*) di Hotel Courtyard by Marriott Nusa Dua Bali Resort :



Gambar 1 Data Komplain Pelanggan 2022-2023

Sumber: Data dari Ulasan Customer di OTA Hotel Courtyard by Marriott Nusa Dua Bali Resort

Tabel di atas menjabarkan mengenai ulasan yang masuk pada OTA (*Online Travel Agent*) perusahaan dalam jangka waktu 2 tahun kebelakang dengan hasil obeservasi dengan 100 ulasan dan diantaranya ada 5 (lima) objek keluhan yang disampaikan, keluhan pada service adalah keluhan yang paling banyak disebutkan dimana berikutnya disusul oleh facilities, FnB, room, dan price.

Kepuasan paling umum diterima dalam bidang perhotelan didasarkan pada pendekatan *disconfirmation*, sebagai contoh, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dipandang sebagai hasil dari membandingkan harapan sebelum pembelian dan evaluasi setelah pembelian pelanggan Wong et al., (2020). Banyaknya faktor, seperti kualitas layanan, fasilitas, makanan, dan peringkat hotel Liu et al., (2013). Maka dari itu agar tetap kompetitif, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan menarik pelanggan baru, penyedia akomodasi umumnya meningkatkan kualitas layanan mereka dan, hal ini akan membuat, kepuasan pelanggan mereka sebagai kunci utama Anderson et al., (1994).

Bisnis akomodasi ini sangat berhubungan dengan pelanggan maka bisnis ini harus sangat mengedepankan kualitas pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kualitas suatu bisnis. Menurut Mohsin & Lockyer, (2010) Perbedaan utama antara layanan yang sangat baik dan buruk bagi mereka berkaitan dengan tidak adanya sentuhan pribadi dan bagaimana staf menangani keluhan mereka". Maka dari itu hotel diharuskan untuk terus melakukan inovasi dan riset untuk mencari tau jenis pelayanan apa yang saat ini disukai oleh pelanggan. Kualitas pelayanan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, jika kualitas produk yang berkaitan dengan makanan hotel ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Begitu juga dengan infrastruktur kualitas infrastruktur akomodasi adalah dimensi layanan penting pertama untuk sektor perhotelan, dan mencakup aspek-aspek seperti dekorasi interior suasana Wu

& Ko, (2013) Weber, (2005) yang terdiri dari pencahayaan, musik, kebisingan, suhu, papan nama, dan warna dinding, desain dan tata letak Bonn et al.,(2007) Ryan & Huimin, (2007) Cheng (2018). Memahami bagaimana perbedaan jenis, metode penyajian, dan ketersediaan produk makanan dan minuman mempengaruhi persepsi pelanggan secara keseluruhan, identifikasi produk makanan dan minuman yang memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan pelanggan Ryu & Han, (2011).

Dalam penelitian Jin et al., (2020) kontribusi sebagai faktor kunci dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif meskipun begitu masih terdapat kekurangan dalam pemahaman mengenai dimensi khusus dari kualitas layanan yang memiliki dampak paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor perhotelan. Penelitian yang lebih mendalam diperlukan untuk menjelajahi cara mengukur dan mengelola variabel ini dengan efektif di industri perhotelan, sekaligus memahami dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam studi yang dilakukan oleh Lockyer (2002) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kebersihan kamar. Hal ini masih belum dapat memerankan kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian yang lebih mendalam diperlukan untuk mengeksplorasi preferensi pelanggan terhadap berbagai aspek kualitas kamar serta bagaimana pengelolaan kualitas kamar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas dapat disimpulkan kualitas layanan menjadi fokus utama dalam industri perhotelan, dimana kepuasan pelanggan

terkait erat dengan pendekatan disconfirmation, yaitu perbandingan antara harapan sebelum pembelian dan evaluasi setelah pembelian. Untuk mempertahankan dan menarik pelanggan, peningkatan kualitas layanan menjadi kunci. Studi juga menyoroiti pentingnya inovasi dalam mengetahui preferensi pelanggan terhadap layanan yang disukai. Selain itu, faktor seperti kualitas makanan, infrastruktur, dan kebersihan kamar juga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort terletak di kawasan strategis ITDC Nusa Dua, dan merupakan hotel berbintang lima di Bali dengan 250 kamar dan berbagai fasilitas, termasuk spa, pusat fitness, kolam renang, klub anak, ballroom, dan pusat bisnis. Hotel Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort juga selalu mengadakan *trainee* untuk karyawannya agar selalu mengasah kemampuan dan pengetahuan untuk meningkatkan kualitas *service* pada tamu. Namun, dari semua hal yang disebutkan di atas, Hotel Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort beberapa kali menerima ulasan yang tidak memuaskan tentang kualitas pelayanan yang diberikan dan fasilitas yang diberikan hotel. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan baru dalam konteks manajemen perhotelan di Bali, tetapi juga akan memberikan informasi berharga dalam upaya – upaya dalam mengidentifikasi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik ingin menelusuri dan meneliti lebih lanjut mengenai “Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Determinants Di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana hasil analisis kepuasan pelanggan berdasarkan determinants di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort?
2. Bagaimanakah upaya Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort dalam memberikan kepuasan pelanggan berdasarkan determinants yang ada?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk :

1. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan determinants di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort
2. Untuk mengidentifikasi upaya yang dilakukan dalam kepuasan pelanggan berdasarkan determinants di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1.4.1 Kontribusi Hasil Penelitian Teoritis

Manfaat dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi untuk ilmu pengetahuan, khususnya tentang peran tingkat kepuasan pelanggan.

1.4.2 Kontribusi Hasil Penelitian Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai materi tambahan untuk menambah wawasan mengenai konsep kepuasan pelanggan.

b. Bagi Pemilik Usaha

Menambah informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan pengembangan usaha.

c. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa pendidikan administrasi yang akan melakukan penelitian dengan tema permasalahan yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab. Tujuan dari sistematika ini adalah untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan skripsi serta memastikan penelitian ini terstruktur dan sistematis, karena setiap bab saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kontribusi hasil penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori dasar yang menjadi landasan penelitian, ringkasan penelitian sebelumnya yang relevan, dan kerangka konsep penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan prosedur pengolahan data penelitian, termasuk jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum tentang Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort, seperti sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, dan bidang usaha. Selain itu, terdapat deskripsi data kualitatif yang dianalisis melalui observasi dan wawancara.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran-saran baik untuk penulis maupun untuk perusahaan



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah membahas hasil dari pengumpulan data maka penelitian ini telah sampai pada kesimpulan. Berdasarkan hasil dan pembahasan, penelitian ini membahas mengenai kepuasan pelanggan di Courtyard by Marriot Bali Nusa Dua Resort. Menurut hasil observasi yang dilakukan penulis dari bulan Agustus 2023 - Februari 2024 dinilai cukup banyak pelanggan yang menginap di Courtyard by Marriot Bali Nusa Dua Resort. Hal ini disebabkan oleh musim liburan Natal dan Tahun Baru yang mengisi waktu liburan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan 7 informan, yakni 5 pelanggan dan 2 karyawan, dapat disimpulkan hasil dari wawancara mengenai kepuasan pelanggan, yang 1). *Product* (Produk), kualitas kamar, khususnya terkait isolasi suara dan kebutuhan akan desain yang diperbarui, menjadi area yang perlu diperbaiki. Pelanggan menyatakan bahwa masalah-masalah ini mempengaruhi kenyamanan mereka dan kepuasan keseluruhan selama menginap. Selain itu, 2). *People* (Orang) dalam sub *determinant* Pelayanan, profesionalisme dan efisiensi

staf juga dicatat sebagai faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ditemukan bahwa pelatihan staf yang berkelanjutan sangat penting untuk mempertahankan standar layanan yang tinggi dan mempersonalisasi interaksi dengan pelanggan secara efektif. Selanjutnya 3). *Process* (Proses), efisiensi proses *check-in* dan *check-out*, terutama selama high season, diidentifikasi sebagai aspek kritis dari pengalaman pelanggan. Waktu tunggu yang lama dapat menyebabkan ketidakpuasan, yang menunjukkan perlunya manajemen proses yang lebih baik selama periode yang sibuk. Selain itu rekomendasi juga diberikan dalam bentuk kebijakan untuk menjadi bahan evaluasi oleh pihak hotel, agar dapat melakukan perbaikan dan mengoptimalkan aspek-aspek yang kurang dalam menunjang kepuasan pelanggan di Courtyard by Marriot Bali Nusa Dua Resort.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort, rekomendasi berikut diajukan yaitu peningkatan kualitas kamar sangat penting untuk menerapkan peredaman suara yang lebih baik di kamar guna memastikan lingkungan yang tenang dan damai bagi tamu. Selain itu, desain kamar perlu diperbarui secara teratur agar tetap modern dan menarik, sesuai dengan harapan tamu dan tren industri.

Pelatihan dan pengembangan karyawan bisa dilakukan dengan melaksanakan program pelatihan rutin untuk meningkatkan profesionalisme karyawan dan efisiensi layanan sangatlah penting. Program ini harus mencakup peningkatan keterampilan komunikasi, kemampuan pemecahan masalah, dan pendekatan yang berorientasi pada pelanggan. Selain itu, karyawan perlu dibekali dengan keterampilan untuk mempersonalisasi interaksi dengan tamu, sehingga mereka merasa dihargai dan dapat menikmati pengalaman menginap yang tak terlupakan. Optimalisasi proses check-in dan check-out dengan mengembangkan strategi untuk mengelola proses tersebut dengan lebih efisien, terutama selama periode high season, sangatlah krusial. Strategi ini dapat melibatkan penambahan karyawan, penerapan solusi teknologi, atau merancang ulang alur kerja untuk meminimalkan waktu tunggu tamu. Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi ini, Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas tamu dan menghasilkan ulasan positif.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 170–192. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.08.006>
- Andaleeb, S. S., & Caskey, A. (2007). Satisfaction with food services: Insights from a college cafeteria. *Journal of Foodservice Business Research*, 10(2), 51–65. https://doi.org/10.1300/J369v10n02_04
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Belz, F. M., & Peattie, K. (2012). *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=ckY3vxiD3JIC>
- Bonn, M. A., Joseph-Mathews, S. M., Dai, M., Hayes, S., & Cave, J. (2007). Heritage/cultural attraction atmospherics: Creating the right environment for the heritage/cultural visitor. *Journal of Travel Research*, 45(3), 345–354. <https://doi.org/10.1177/0047287506295947>
- Cheng, J. C., & O-Yang, Y. (2018). Hotel employee job crafting, burnout, and satisfaction: The moderating role of perceived organizational support. *International Journal of Hospitality Management*, 72(November 2017), 78–85. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.005>
- Dominici, G., & Guzzo, R. (2010). Customer Satisfaction in the Hotel Industry: A Case Study from Sicily. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 3–12. <https://doi.org/10.5539/ijms.v2n2p3>
- Duan, W., Yu, Y., Cao, Q., & Levy, S. (2016). Exploring the Impact of Social Media on Hotel Service Performance: A Sentimental Analysis Approach. *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(3), 282–296. <https://doi.org/10.1177/1938965515620483>
- Geograf. (2024). *Pengertian Studi Kepustakaan*. Geograf. <https://geograf.id/jelaskan/pengertian-studi-kepustakaan/>
- Gracia, E., Cifre, E., & Grau, R. (2010). Service quality: The key role of service climate and service behavior of boundary employee units. *Group and Organization Management*, 35(3), 276–298. <https://doi.org/10.1177/1059601110370783>
- Huberman, M. (2014). *Miles, MB, Huberman, AM, dan Saldana, J. 2014. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications.

- Jedin, M. H. bin, & Balachandran, I. a/p. (2021). Marketing Mix Elements and Customer Service Satisfaction: Empirical Evidence in the Malaysia Edutainment Theme Park Industry. *Services Marketing Quarterly*, 42(1–2), 93–107. <https://doi.org/10.1080/15332969.2021.1947087>
- Jin, D., DiPietro, R. B., & Fan, A. (2020). The impact of customer controllability and service recovery type on customer satisfaction and consequent behavior intentions. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(1), 65–87. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1602095>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Principle of marketing (12th ed.)*. Harlow: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management (12th ed.)*.
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-thiele, S. (2020). Long live the marketing mix . *Testing the effectiveness of the commercial marketing mix in a social marketing context*. 10(3), 357–375. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-10-2018-0122>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Liu, S., Law, R., Rong, J., Li, G., & Hall, J. (2013). Analyzing changes in hotel customers' expectations by trip mode. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 359–371. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.11.011>
- Lockyer, T. (2002). Business guests' accommodation selection: The view from both sides. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(6), 294–300. <https://doi.org/10.1108/09596110210436832>
- Marc Lim, W. (2023). Transformative marketing in the new normal: A novel practice-scholarly integrative review of business-to-business marketing mix challenges, opportunities, and solutions. *Journal of Business Research*, 160(February), 113638. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113638>
- Mark Kotler, P., & Keller, K. (2016). (2016). *Marketing Management. Global Edition 15 (2016)*.
- MASB. (2021). *Marketing Mix. Common Language Marketing Dictionary – A project of the Marketing Accountability Standards Board*. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>
- Mccarthy, B. (2016). *Strategy, Marketing Plans and Small Organisations - eBooks and textbooks from bookboon.com*. <http://thuvienso.bvu.edu.vn/handle/TVDHBRVT/15845>
- Mehta, V. (2021). *i A STUDY OF SERVICE MARKETING MIX, SERVICE QUALITY,*

AND BRAND REPUTATION INTENTION TO USE THE HOTEL SERVICES: A CASE STUDY OF 5 STAR HOTEL IN BANGKOK.

- Moelong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakrya.
- Mohsin, A., & Lockyer, T. (2010). Customer perceptions of service quality in luxury hotels in New Delhi, India: An exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 160–173. <https://doi.org/10.1108/09596111011018160>
- Nguyen, T., & Bui, V. (2016). Study on the flower growth and opening to extend the vase life of the cut lotus flower (*Nelumbo nucifera* Gaertn.). *Science and Technology Development Journal*, 19(4 SE-Natural Sciences-Research article). <https://doi.org/https://doi.org/10.32508/stdj.v19i4.706>
- Nyagadza, B., Mazuruse, G., Muposhi, A., & Chigora, F. (2022). Effect of hotel overall service quality on customers' attitudinal and behavioural loyalty: perspectives from Zimbabwe. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 3(1), 42–71. <https://doi.org/10.1108/trc-12-2021-0026>
- Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*.
- Perdomo-Verdecia, V., Garrido-Vega, P., & Sacristán-Díaz, M. (2024). An fsQCA analysis of service quality for hotel customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 122(August 2023). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103793>
- Ranti Novita Br Pakpahan, 2Rahmat Hidayat. (2023). *the Influence of Service Quality and Facilities on Linen Quality At Santosa Hospital Bandung Central*. 1(2), 61–65.
- Rust, R., & Oliver, R. (2012). *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, 1–21. <https://doi.org/10.4135/9781452229102>
- Ryan, C., & Huimin, G. (2007). Perceptions of Chinese hotels. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(4), 380–391. <https://doi.org/10.1177/0010880407305550>
- Ryu, K., & Han, H. (2011). New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience? *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 599–611. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.11.004>
- Srivastava, A., & Kumar, V. (2021). Hotel attributes and overall customer satisfaction: What did COVID-19 change? *Tourism Management Perspectives*, 40(October 2020), 100867. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100867>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Thanda Soe Professor, A. (2023). *Master of Hospitality and Tourism Management Marketing Mix, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty At Prince Hotel*. 44.
- Trusov, M., Bucklin, R. E., & Pauwels, K. (2009). Effects of word-of-mouth versus traditional marketing: Findings from an internet social networking site. *Journal of Marketing*, 73(5), 90–102. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.5.90>
- Wichmann, J. R. K., Uppal, A., Sharma, A., & Dekimpe, M. G. (2022). A global perspective on the marketing mix across time and space. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>
- Winata, E. (2023). The Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction. *International Journal of Law Policy and Governance*, 2(1), 1–2. <https://doi.org/10.54099/ijlpg.v2i1.546>
- Wong, E., Rasoolimanesh, S. M., & Pahlevan Sharif, S. (2020). Using online travel agent platforms to determine factors influencing hotel guest satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 425–445. <https://doi.org/10.1108/JHTT-07-2019-0099>
- Wu, A., & Weber, K. (2005). Convention center facilities, attributes and services: The delegates' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(4), 399–410. <https://doi.org/10.1080/10941660500363736>
- Wu, H. C., & Ko, Y. J. (2013). Assessment of Service Quality in the Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 14(3), 218–244. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2013.802557>
- Yogesh Verma, D. M. R. P. S. (2017). Marketing Mix, Customer Satisfaction and Loyalty: an Empirical Study of Telecom Sector in Bhutan. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, VIII(2), 121–129. <https://doi.org/10.18843/ijcms/v8i2/17>
- Yüksel, A., & Yüksel, F. (2003). Measurement of tourist satisfaction with restaurant services: A segment-based approach. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1), 52–68. <https://doi.org/10.1177/135676670200900104>
- Zeithaml, V., Bitner, M.J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing, integrating customer focus across the firm*.