

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Negeri Gorontalo maupun Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dan dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh atau sanksi lain sesuai dengan norma/aturan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo

Gorontalo, JUNI, 2016


Soraya Suwele

NIM: 931 411 115

PERSETUJUAN PEMBIMBING

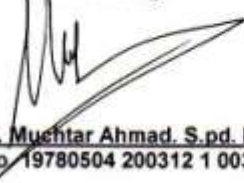
**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL MAQNA GORONTALO**

OLEH :

**SORAYA SUWELE
NIM. 931 411 115**

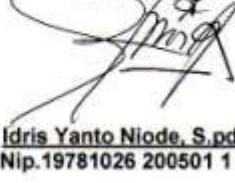
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. Muchtar Ahmad, S.pd, M.si
Nip. 19780504 200312 1 003

Pembimbing II



Idris Yanto Niode, S.pd, MM
Nip.19781026 200501 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama SE, M.Si
Nip. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA HOTEL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL MAQNA GORONTALO

Oleh Soraya Suwele

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 20 - Juli - 2016
Waktu : 12 - 00 - 13.00

Penguji :

- | | |
|------------------------------------|---------|
| 1. Drs. Zainal Abidin Umar, M.Si | 1. |
| 2. Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si | 2. |
| 3. Dr. Muchtar Ahmad. S.pd. M. si | 3. |
| 4. Idris Yanto Niode, S.Pd. MM | 4. |

Gorontalo, 2016



ABSTRAK

Soraya Suwele. 931411115. 2016. Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Maqna Gorontalo. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah Bimbingan Bapak Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si dan Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan apakah Strategi Pemasaran Jasa Hotel berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Maqna Kota Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, Data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan langsung dari Hotel Maqna Kota Gorontalo. Dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu pengunjung Hotel Maqna dengan jumlah populasi yaitu sebesar 33.525 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Non Probability Sampling, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan 2 variabel yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran jasa dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Strategi Pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi 62,2%. Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen sangatlah selektif dalam menentukan Strategi yang digunakan oleh suatu organisasi, sehingga ketika strategi semakin baik maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan dari konsumen dalam menggunakan jasa dari organisasi tersebut.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Jasa, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Soraya Suwele. 931411115. 2015. The Influence of Hotel Marketing Strategy towards Costumers' Satisfaction at Maqna Hotel Gorontalo, Skripsi, Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si and Co-supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd, MM.

This research aims at testing and proving that does the hotel marketing strategy has influence positive toward costumers satisfaction at Maqna Hotel Gorontalo. The method use in this research is quantitative method, the data in this research is primary data which obtain from Maqna Hotel Gorontalo and the population in this research are all costumers in Maqna Hotel with total population are 33525 people. The sample in this research is taking by using *Non Probability Sampling*, which all element in population does not has same opportunity to choose become sample. The instrument use in this research is questionnaire with 2 variables which analysis in this research which is hotel marketing strategy and costumers satisfaction.

The research findings show that there is a positive influence and significant from hotel marketing strategy towards costumers satisfaction with coefficient determination score 62,2%. It shows that the costumers is very selective in choosing the strategy which use by an organization when the strategy become better, so it will has an influence toward the increasing of satisfaction of costumer in using the organization.

Keywords: *Marketing Strategy, Costumers Satisfaction*

