

ABSTRAK

Bandung Giri Gahana Golf & Resort merupakan hotel berbintang 3 memiliki tempat penginapan dengan kegiatan olahraga yang berlokasi di jalan raya Jatinangor KM 20. Memiliki lapangan golf berstandar internasional, kolam renang outdoor dan restoran. Berdasarkan penilaian dari pengunjung pada situs web booking.com adanya beberapa penilaian negatif mengenai permasalahan yang dikeluhkan oleh konsumen. Hal ini tentu harus dikurangi, sehingga perusahaan dapat tetap bertahan di era persaingan yang sangat ketat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Bandung Giri Gahana *Golf and Resort*. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan masukan perusahaan ketika memformulasikan strategi bersaingnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jenis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non Probability Sampling dengan jenis Purposive Sampling dengan jumlah responden sebanyak 400 responden. Penelitian ini teknik analisis data regresi linear berganda yang nantinya akan diolah dengan menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS).

Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Bandung Giri Gahana Golf and Resort. Sedangkan *empathy* yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Bandung Giri Gahana Golf and Resort. Variabel kepuasan konsumen pada memperoleh hasil persentase skor sebesar 74.40%, pelayanan yang diberikan dengan harapan konsumen sebelumnya. Saran dari penelitian ini pihak Giri Gahana Golf & Resort dapat mempertahankan keandalan dan konsistensi dalam memberikan kualitas pelayanan terbaik untuk konsumen, supaya konsumen merasakan kepuasan dan melakukan pembelian kembali.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen