

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH *PROCESS, PEOPLE, DAN PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL THE PREMIERE PEKANBARU

OLEH:

FEBRINA YANI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh process, people, dan physical evidence baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel The Premiere Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menginap di Hotel The Premiere Pekanbaru yaitu sebanyak 37.410 orang. Dan sampel yang terpilih sebanyak 100 orang. Analisis dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara parsial antara process, people terhadap terhadap kepuasan konsumen pada Hotel The Premiere Pekanbaru, ini dibuktikan dengan proses administrasi yang cepat serta pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sementara physical evidence tidak berpengaruh signifikan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel The Premiere Pekanbaru. Sebaiknya pihak Hotel lebih meningkatkan sarana fisik yang menarik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif secara simultan antara process, people, dan physical evidence terhadap kepuasan konsumen pada Hotel The Premiere Pekanbaru. Sedangkan nilai R Square sebesar 49,3% variasi kepuasan konsumen pada Hotel The Premiere Pekanbaru dapat di jelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sisanya 50,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Process, People, Physical Evidence, Kepuasan Konsumen.