

**EVALUASI EFEKTIVITAS *THE FLOWER OF SERVICE*
BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN PADA BEST CITY HOTEL
YOGYAKARTA**

Indra Rusdi Damba

Abstrak

Penelitian ini dibuat oleh penulis untuk mengetahui seberapa besar tingkatan yang telah dilakukan perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumennya dengan acuan konsep *The flower of service* yang mana dalam variabel ini dipecah kembali ke dalam 9 indikator yang berbeda-beda. Indikator yang terdapat dalam penelitian ini adalah : *information, order taking, hospitality, billing, payment, safekeeping, consultation, exception* dan *core product*. Dalam melakukan penelitian ini, penulis mendapatkan data dengan metode menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen-konsumen yang menginap di Best City Hotel Yogyakarta, penyebaran kuesioner yang dilakukan penulis mencantumkan 9 pernyataan yang dapat diisi oleh responden dengan cara memberikan tanda centang ke dalam jawaban yang dirasa paling cocok dengan situasi yang dialami oleh responden selama menginap di hotel. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Adapun responden yang penulis ambil harus memenuhi beberapa syarat yang mana dalam pengambilan sampel penulis menggunakan metode probability sampling. Setelah data diperoleh, kemudian penulis melakukan perhitungan data dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) windows* versi 16 sebagai media yang digunakan. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji *arithmetic mean*. Berdasarkan uji validitas semua instrumen dalam penelitian ini telah dinyatakan valid. Berdasarkan uji reliabilitas semua instrumen dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel. Berdasarkan uji *arithmetic mean* nilai rata-rata yang diperoleh dari seluruh indikator dalam penelitian ini adalah sebesar 3,18 yang mana nilai tersebut menunjukkan kategori jawaban setuju. Dari seluruh indikator yang terdapat dalam penelitian ini, yang menjadi indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah *core product*. Dengan demikian dapat diartikan bahwa diperlukan adanya pembenahan dalam manajemen pemasaran menyangkut perihal *core product* yang ditawarkan oleh pihak perusahaan.

Kata Kunci : *The Flower of Service*

**EVALUATION OF THE FLOWER OF SERVICE EFFECTIVENESS
BASED ON CONSUMER'S PERCEPTION OF THE BEST CITY HOTEL
YOGYAKARTA**

Indra Rusdi Damba

Abstract

This research aims at determining how much the company has done in fulfilling customer satisfaction with the reference to the concept of The flower of service, which in this variable is broken down into 9 different indicators. The indicators contained in this study are: information, order taking, hospitality, billing, payment, safekeeping, consultation, exception and core product. In conducting this research, the authors obtained data by distributing questionnaires directly to consumers who stay at the Best City Hotel Yogyakarta. The questionnaires include 9 statements that can be filled in by respondents by placing a tick in the answer that they feel is the most matches the situation experienced by the respondent while staying at the hotel. The number of respondents taken in this study was 100 respondents. The respondents who the authors take must meet several requirements which in sampling the author uses probability sampling method. After the data is obtained, then the authors calculate the data using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Windows version 16 as the media used. Tests carried out in this study are to test the validity, reliability test and arithmetic mean test. Based on the validity test, all instruments in this study were declared valid. Based on the reliability test, all instruments in this study were declared reliable. Based on the arithmetic test, the mean average value obtained from all indicators in this study is 3.18, which indicates that the answer agrees. Of all the indicators contained in this study, the indicator with the lowest average value is the core product. Thus, it can be interpreted that there is a need for improvements in marketing management regarding the core product offered by the company.

Keywords: *The Flower of Service*