

ABSTRAKSI

Sektor usaha bidang pariwisata di Indonesia memiliki prospek yang cukup menjanjikan bagi kalangan yang bergerak di bidang jasa tersebut. Salah satu sektor usaha bidang pariwisata adalah jasa penginapan atau yang lebih dikenal dengan nama hotel. Untuk membedakan antara 1 hotel dengan hotel lainnya adalah dari tingkat bintang yang dimiliki hotel tersebut.

Hotel J.W. Marriott Surabaya adalah salah satu hotel bintang lima yang dimiliki oleh Surabaya. Hotel J.W. Marriott merupakan hotel yang terus berupaya meningkatkan layanannya. Hotel J.W. Marriott Surabaya terletak di tengah daerah pusat bisnis dan perbelanjaan di Surabaya yang menawarkan hotel dengan tema Eropa yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menunjang.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori **Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990:44)** yaitu kualitas layanan (*service quality*). Dimana dalam pengukurannya digunakan variabel-variabel dari teori **Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990:26)** yaitu 5 dimensi *service quality* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*).

Jenis penelitian adalah studi deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang didapat langsung dari sumber melalui pembagian kuesioner kepada responden yang merupakan pelanggan dari Hotel J.W. Marriott Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* karena populasi tidak teridentifikasi. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah tipe *convenience sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dimana yang diambil adalah elemen-elemen termudah saja.

Dari penelitian ini diberikan beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada Hotel J.W. Marriott Surabaya dalam upaya meningkatkan kualitas layanan guna meraih zona toleransi yang lebih baik di masa yang akan datang.