

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA WISMA BERLIAN DI TANJUNG BATU
KUNDUR**

SKRIPSI



Oleh :
Mega Silfiani
150610005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2021**

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA WISMA BERLIAN DI TANJUNG BATU
KUNDUR**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Mega Silfiani
150610005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mega Silfiani
NPM : 150610005
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WISMA BERLIAN DI TANJUNG BATU KUNDUR”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Juli 2021



Mega Silfiani
150610005

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA WISMA BERLIAN DI TANJUNG BATU
KUNDUR**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :
Mega Silfiani
150610005**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 24 Juli 2021



**Asron Saputra, S.E.,M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dalam mempertahankan pasar dan menjadi pemenang atas persaingan, perusahaan harus cakap dalam mengerti tentang kebutuhan serta keinginan pelanggannya serta dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Demi membangun strategi pemasaran yang mana bisa memberikan kepuasan kepada konsumen serta yang paling utama ialah mampu bertahan didalam persaingan. Hal-hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah penyediaan fasilitas dan kualitas pelayanan karena banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan bagi perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kota. Perancangan penelitian ini menggunakan desain penelitian dan metode penelitian kausalitas kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 265 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier, uji t dan uji F melalui aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas (X1), kualitas layanan (X2) memiliki signifikan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) sebesar 51,3 persen, sedangkan sisanya sebesar 48,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

In maintaining the market and becoming a winner over the competition, companies must understand the needs and wants of their customers and can provide useful information for the company. In order to build a marketing strategy that can provide satisfaction to consumers and the most important thing is to survive in the competition. The things that need to be considered by the company in achieving success are the provision and quality of service because many things can affect customer satisfaction for the company. This study aims to determine the effect of facilities and service quality on customer satisfaction at Wisma Berlian In Tanjung Batu Kota. This research design uses research design and quantitative causality research methods. Data collection techniques by distributing questionnaires to 265 respondents. The analysis of data techniques used validities, reliabilities, normalities, multicollinearities, heterocedasticities, linear regressions analysis, ttest and Ftest through the applications of SPSS versions 25. The result of this study indicated that facilities (X1), service quality (X2) have significant by partial and simultaneous significant influence on the customer satisfaction (Y). Determination coefficients test result showing that product quality (X1), service quality (X2) with 51.3 percents, while the remaining 48.7 percents are influenced by other variables is not examined in this research.

Keywords: Customer Satisfaction, Facilities, Service Quality.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom Selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang saling memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 24 Juli 2021

Mega Silfiani



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Aspek Teoritis.....	9
1.6.2 Aspek Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Fasilitas	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.3.3 Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3.4 Gambar Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sifat Penelitian.....	25
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	26
1.3.1 Lokasi Penelitian	26
1.3.2 Periode Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi.....	27

3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	27
3.4.3	Teknik Sampling.....	28
3.5	Sumber Data	28
3.5.1	Interview (wawancara).....	29
3.5.2	Kuesioner	29
3.5.3	Observasi	29
3.6	Metode Pengumpulan Data	29
3.7	Definisi Operasional Variabel	30
3.7.1	Variabel Independen	30
3.7.2	Variabel Dependen	31
3.8	Metode Analisis Data.....	32
3.8.1	Statistik deskriptif.....	32
3.8.2	Uji Kualitas Data	32
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	34
3.8.4	Uji Pengaruh	35
3.9	Uji Hipotesis	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Perbulan	40
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	41
4.3.1	Deskripsi Variabel Fasilitas	41
4.3.2	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	43
4.3.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
4.4	Analisis Data.....	45
4.4.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	45
4.4.2	Hasil Uji Reabilitas Data.....	47
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasisk	47
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh	50
4.5	Pengujian Hipotesis	52
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	54
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1	Simpulan	56
5.2	Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Kurva Histogram.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Periode Oktober 2020- Maret 2021	4
Tabel 1.2 Jenis-jenis Fasilitas Wisma Berlian 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	27
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 4.1 Profil Berdasar Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasar Usia.....	40
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasar Jumlah Kunjungan Per Bulan	41
Tabel 4.5 Fasilitas (X1)	42
Tabel 4.6 Kualitas Pelayanan (X2)	44
Tabel 4.7 Kepuasan Pelanggan (Y).....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X1).....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Fasilitas (X1).....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan (X2)	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan (Y)	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov-smimov	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas	52
Tabel 4.17 Hasil Analisis Linear Berganda.....	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.19 Hasil Uji T	55
Tabel 4.20 Hasil Uji F	55

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	27
Rumus 3.2 PPM.....	32
Rumus 3.3 Regersi Linear Berganda	35
Rumus 3.4 Uji T.....	36
Rumus 3.5 Uji F.....	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya pebisnis dibidang akomodasi sedang bertumbuh sangat pesatnya. Semakin banyak usaha yang bermunculan maka semakin meningkatnya pengusaha yang mana bisa menimbulkan kompetisi usaha makin kompetitif. Keadaan yang sering bermunculan dikarenakan makin banyak peningkatan jumlah usaha, maka pengusaha harus segera menanggapi didalam menetapkan keputusan supaya usaha yang sudah dibangun tersebut bisa terus berkembang sesuai harapan. Dalam mempertahankan pasar dan menjadi pemenang atas persaingan, perusahaan harus cakap dalam mengerti tentang kebutuhan serta keinginan pelanggannya serta dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Demi membangun strategi pemasaran yang mana bisa memberikan kepuasan kepada konsumen serta yang paling utama ialah mampu bertahan didalam persaingan.

Negara di Asia yang mana menyimpan keindahan alam yang menarik perhatian dan diminati oleh para wisatawan asing serta di jadikan objek wisata ialah Indonesia. Dengan derasnya arus wisata yang terus berdatangan, oleh karna itu perlu adanya penyampaian dari seorang penyedia yang dapat memberikan kualitas pelayanan terbaik demi kepuasan tamu. Saat ini, industri jasa yang bergerak dibidang akomodasi, sudah diperluas bukan hanya difungsikan sebagai tempat untuk ditinggali atau dijadikan sebagai penginapan, namun juga dapat dijadikan sebagai rumah makan, tempat berekreasi, tempat liburan, tempat

berolahraga, dan beragam dialih fungsikan lainnya yang berpegang teguh untuk meningkatkan kualitas yang maksimal agar melahirkan nuansa, suasana serta rasa kenyamanan untuk tetap berlama-lama tinggal atau sekedar menginap.

Dalam dunia perhotelan begitu banyaknya hal yang mempengaruhi berkembangnya usaha tersebut. Salah satunya yakni bagaimana cara pihak hotel bisa menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen merasa betah dengan cara melayani konsumen dengan memberi pelayanan yang terbaik supaya konsumen merasakan kepuasan atas pelayanan yang sudah dirasakan. Didalam persaingan usaha, kini pelayanan menjadi hal yang paling utama untuk perusahaan untuk dideferensiasi saat perusahaan menjualkan produk yang sama dengan pesaing.

Wisma merupakan salah satu jasa memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, fasilitas dan jasa lainnya. Hal ini tidak juga lepas dari cara pengelolaan wisma secara profesional supaya wisma tetap dapat mempertahankan kualitas pelayanan dan eksistensinya baik pada mutu pelayanan serta mengetahui kebutuhan dan keinginan tamu (Muhammad, 2018: 108). Wisma juga mempunyai peranan yang sangat penting sebagai jasa penginapan bagi wisatawan yang ingin mengunjunginya. Wisma juga sebagai tempat sarana untuk para pengunjung beristirahat. Kenyamanan pengunjung wisma dalam menggunakan jasa juga menjadi persyaratan utama. Karyawan wisma harus bisa memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang maksimal. Pernyataan ini didukung oleh (Batam 2020:18).

Agar bisa memperoleh standart yang unggul didalam kompetisi yang ada maka tiap perusahaan wajib menciptakan kepuasan bagi konsumennya dengan cara jitu yang relevan dengan jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan bisa dipenuhi oleh perusahaan misalnya melalui peningkatan fasilitasnya serta meningkatkan kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, semakin perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggan melalui fasilitas dan kualitas pelayanannya, semakin menjadi aspek penting unggul dalam persaingan tersebut.

Ada faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yakni kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebagai salah satu cara yang dilakukan demi menciptakan rasa nyaman terhadap pelanggan agar mereka merasakan utilitas yang diharapkan. Adanya pemberian kualitas pelayanan, maka secara tak langsung kepuasan konsumen juga menjadi kenyataan. Tidak hanya memberi pelayanan yang berkualitas, namun diperlukannya memberi fasilitas yang sebanding harga yang mana hal ini juga menjadi faktor yang bisa memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan tersebut dijadikan sebagai pertimbangan bagi pelanggan untuk memutuskan sesuatu didalam usaha sebab jika melonjaknya kualitas pelayanan sebuah perusahaan, tentunya melonjak pula citra perusahaan dan memperoleh penilaian terbaik bagi pelanggan. Apabila perusahaan bisa memberi kualitas pelayanan yang terbaik terhadap suatu jasa yang berupa kecepatannya didalam pelayanan, terjangkauanya lokasinya, rasa nyaman, dan menarik, maka kegiatan yang diberikan kepada pelanggan akan merasakan puas.

Wisma Berlian yang terletak pada Kepulauan Riau, Kecamatan Kundur, Kabupaten Karimun, Tanjung Batu Kota merupakan tempat penginapan umum bagi para pengunjung yang telah diresmikan pada tahun 2003 oleh pemiliknya yang bernama Herianto. Wisma Berlian terdiri dari 28 kamar, 1 kantor staff, Lobby, ruang makan dan ruang tamu. Ada 3 jenis tipe kamar yang dimiliki oleh wisma berlian yaitu *standard*, *suite & deluxe* dan memiliki luas kamar nya masing-masing diantaranya *standard* memiliki luas kamar 3,5 x 3,5, *suite* memiliki luas kamar 4 x 6,5 dan *deluxe* memiliki luas kamar 5 x 7.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Periode Oktober 2020- Maret 2021

NO	Bulan	Tahun	Jumlah pelanggan	Persentase
1	Oktober	2020	160	19%
2	November	2020	130	15%
3	Desember	2020	140	16%
4	Januari	2021	150	18%
5	Febuari	2021	110	14%
6	Maret	2021	120	15%

Sumber : Wisma Berlian Tanjung Batu Kota, 2021

Relevan tabel 1.1 diketahui adanya penurunan serta peningkatan pada Wisma Berlian Tanjung Batu Kota. Terjadinya turun dan naiknya jumlah pengunjung di karenakan adanya pengaruh dampak dari masa pandemi corona. Untuk menghitung persentase jumlah pengunjung menggunakan rumus yakni jumlah pengunjung dibagi dengan jumlah hari dalam satu bulan (30 hari) lalu dibagi lagi dengan 28% (jumlah kamar). Dijelaskan bahwa dibulan bulan Oktober dengan jumlah pelanggan baru yang paling banyak ada 160 pelanggan sebesar 19% dan berkurang pada bulan November sebanyak 130 pelanggan sebesar 15% dan pada bulan Jauari 2021 jumlah pelanggan yang paling banyak mengunjungi sebanyak adalah 150 pelanggan atau sebanyak 18% meskipun adanya penurunan

pada bulan Maret sebanyak 120 pelanggan sebesar 15%. Datanya didapati dari observasi dengan maksud memperoleh kesungguhan datanya dan permasalahannya sudah tersimpulkan sesudah melangsungkan wawancara.

Tabel 1.2 Jenis-jenis Fasilitas Wisma Berlian 2021

No	Fasilitas	Jumlah	Keterangan
1	Kamar	28	<i>Hotshower</i> dan <i>air conditioner</i> masih sering terjadi rusak
2	Parkir	1	Kurang memadai
3	Toilet Umum	1	Kurang telitinya pekerja kebersihan di area vital
4	Dapur	1	Rusaknya alat tempat masak
5	Ruang Makan Tamu	1	Tidak adanya penyajian makanan
6	Ruang <i>Receptionist</i>	1	Kurang ramah
7	Ruang Tamu	1	Kurangnya sofa sehingga tamu yang lain saat mengantri <i>check in</i> harus berdiri.
Total		34	

Sumber: Staff Wisma Berlian, 2021

Relevan tabel 1.2 Wisma Berlian dengan fasilitas kamar sejumlah 28 kamar yang dimana tamu merasa tidak mendapat fasilitas seperti yang mereka harapkan. Contohnya seperti tamu sering mendapatkan fasilitas *hot shower* yang tidak berfungsi dengan baik selain itu keluhan terhadap *air conditioner* dikamar yang sering tidak berfungsi dengan baik juga dikeluhkan tamu. Disamping itu mengenai lahan parkir lokasi wisma yang berdekatan dengan pusat restoran makanan terkadang ada beberapa tamu menumpang parkir pribadinya di wisma tersebut karena tidak ada juru parkir yang menampung kendaraan dengan baik sehingga seringkali para pengunjung wisma berlian juga tidak dapat menempati area parkir dan harus memarkirkan ke tempat lain. Parkir merupakan fasilitas

yang mempunyai peranan penting untuk kemajuan suatu perusahaan. Dengan adanya juru parkir maka kendaraan akan semakin tertata dengan baik dan membuat pengguna kendaraan merasa aman. Para konsumen pun tentunya bisa beraktifitas dengan normal.

Selanjutnya fasilitas mengenai ruang makan yang berada di Wisma Berlian dimana ruang makan tersebut tidak dipergunakan semestinya. Hal ini dikarenakan tidak adanya juru masak sehingga membuat para pengunjung yang datang ke wisma tidak dapat merasakan seperti sarapan pagi. Seharusnya pihak Wisma Berlian bisa mengelolah fasilitas agar para pengunjung dapat menikmati fasilitas tersebut. Tempat penginapan yang bersih tentu bisa memberikan pengalaman yang lebih nyaman bagi para tamu yang menginap. Seperti kurangnya tempat-tempat sampah sehingga menyebabkan sampah-sampah semakin menumpuk. Akibatnya membuat para pengunng menjadi terganggu kenyamanannya. Kebersihan juga menjadi peranan penting untuk membangun citra perusahaan menjadi lebih baik.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi kepuasan pelanggan ialah kualitas pelayanannya. Jika dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Wisma Berlian pada saat melakukan wawancara ke salah satu pengunjung ialah kurangnya perhatian *receptionist* terhadap pelanggan seperti memberikan senyuman diawal saat sedang *check-in*, dampak kurang perhatian *receptionist* membuat para pelanggan menjadi kurang nyaman karena pelanggan beranggapan bahwa *receptionist* tersebut tidak professional.

Selain itu adanya *Bell Boy* atau pelayan tamu yang dimana tugas utamanya yakni memberikan pelayanan kepada tamu dimulai saat tamu *check-in* hingga *sheck-Out*, tetapi ada beberapa *Bell Boy* yang tidak melayani tamu saat tamu yang bersiap mau pulang. Sehingga menyebabkan kualitas pelayanan hotel menjadi kurang. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang ada di Wisma Berlian hendaknya ada pelayan *Cleaning Service* agar memudahkan pelanggan selama pelanggan menginap di wisma tersebut.

Berdasar permasalahan terkait fasilitasnya dan kualitas pelayanannya yang menjadi aspek didalam kepuasan pelanggannya, oleh sebab itu peneliti menentukan topik terkait **“Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kota.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Diuraikan pengidentifikasian permasalahan penelitian ini yakni:

1. Sering terjadi keluhan para pengunjung karena adanya kerusakan pada *Air Conditioner* dan *Hot Shower*.
2. Kurangnya lahan parkir pada Wisma Berlian sehingga para pengunjung harus mencari parkir ke tempat lain.
3. Kurangnya telitinya terhadap kebersihan lingkungan diarea vital pada Wisma Berlian.

4. Kurang perhatiannya *receptionist*, sehingga pelanggan menjadi tidak merasakan kepuasan dengan service *receptionistnya*.
5. Pelayanan *bell boy* dan *cleaning service* yang diberikan Wisma Berlian masih belum maksimal.
6. Terjadinya naik dan turun jumlah pelanggan dari bulan Januari 2020 sampai Desember 2020.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pengidentifikasian permasalahan sebelumnya serta terbatasnya waktu, supaya penjelasan studi ini tak terjadi menyimpang serta relevan dengan latar belakang masalah dan pengidentifikasian permasalahan, penulis membatasi masalah dengan penelitian dilakukan pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kota.

1.4 Rumusan Masalah

Dirumuskanlah beberapa permasalahan, yakni:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota?

1.5 Tujuan Penelitian

Beberapa yang diinginkan tercapainya didalam tujuannya yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota .
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Mengadakan sumber yang baru didalam penelitian berikutnya terkait dengan variabelnya.
2. Menambahkan keilmuan didalam faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggannya.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Dimaksudkan agar memberikan nilai guna dengan analisa dari pelanggannya.
2. Hasil penelitiannya ini bisa dipergunakan sebagai acuan oleh mahasiswanya berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

Manajemen pemasaran ialah hal didalam melaksanakan analisa, perencanaan, melaksanakan serta memanajemen rencananya didalam berbentuk pendiriannya, dan penjagaannya atas laba dengan berbisnis yang menggapai tujuan pasarnya supaya teraihnya sasarannya perusahaan (Winarno et al. 2018: 1249).

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1. Pengertian Fasilitas

Fasilitas yakni penyediaan perusahaan akan dipergunakan konsumen yang mempunyai tujuan memberikan tingkatan rasa puasny yang penuh (Iskandarsyah and Utami 2017: 132). Fasilitas yakni penyediaan peralatan berbentuk nyata dengan memberikan rasa nyaman kepada pelanggan yang akan melangsungkan kegiatan atau aktivitasnya, dan kebutuhan serta keinginan pelanggan pun bisa terpenuhi selama memakai jasa (Pantilu et al. 2018: 3725).

Fasilitas juga yakni barang yang diharuskan ada sebelum pelayanan di tawarkan pada pelanggannya. Fasilitas ialah hal yang bisa mempermudah pelanggannya didalam memperoleh kepuasannya, sebab berbentuk dari layanannya itu kasat mata dan tidak bisa dirasa dengan penciuman ataupun diraba dengan sentuhan kulit, oleh sebab itu bentuk nyata ialah hal yang penting untuk

ukuran sebuah pelayanan (Winarno et al. 2018: 504).

Fasilitas yakni bukti fisik dari jasa mencakup keseluruhan faktor dari meliputi lingkungan yang direalisasikan, dan lingkungan ciptaan masyarakat (Syahsudarmi 2018: 49). Fasilitas yakni sarana penting didalam proses peningkatan rasa puas pelanggan misalnya penyajian rasa mudah untuk pelanggan, pencukupan kebutuhan serta memberi perasaan nyaman pada pelanggan (Oetma and Sari 2017: 60).

Berdasarkan pendefinisian ahli terkait fasilitas, disimpulkanlah fasilitas yakni keseluruhan hal berbentuk fisik dan disajikannya oleh penyedia jasa dan ditawarkan padanya konsumennya didalam menggunakannya dan menikmatinya oleh konsumennya didalam memfasilitasikan aktivitas yang dilangsungkan oleh konsumennya.

2.1.1.2.Faktor Fasilitas

Berikut beberapa faktornya fasilitas (Apriyadi 2017: 73) yakni:

1. Sifatnya dan tujuannya organisasi

Sifatnya dari pelayanan kerap kali bisa memutuskan segala macam kriteria desainnya. Desain fasilitasnya sanggup memberikannya beragam nilai guna, perusahaannya yang seperti itu cukup di kenali serta desainnya seperti sifatnya pelayanan didalamnya.

2. Tersedianya lahan dan kebutuhannya akan ruang

Keseluruhan usaha jasa membutuhkan lahan yang digunakan untuk membangun fasilitas pelayanan.

Didalam penentuan lahan, faktor yang memerlukan pertimbangan misalnya terkait keuangannya, peraturan daerahnya, dan lainnya.

3. Fleksibilitasnya

Fleksibilitasnya desain dibutuhkan jika permintaannya berfluktuasikan dan spesifikasi pelayanannya tumbuh, menghasilkan risiko keuangannya dijadikan sebagai permasalahan paling utama. Kondisinya ini bisa menciptakan fasilitas pelayanannya sesuai dengan perkembangannya dimasa mendatang.

4. Faktor estesisnya

Tertata rapinya fasilitas pelayanannya serta mampu mencuri hati konsumennya bisa memaksimalkan aura positifnya konsumen atas pelayanan serta faktor pekerjaannya atas beban kerja serta motivasi kerja yang naik.

5. Masyarakat dan lingkungan

Masyarakat dan lingkungan bisa berperan besar pada perusahaan. Jika perusahaan tak mampu membuat pertimbangan, keberlangsungan perusahaan mudah tergoyahkan.

6. Biaya perbaikan dan operasional

Biaya perbaikan di pengaruhi total serta jenis bangunan. Biaya operasional dipengaruhi kekuatan ruang, yang berkenaan dengan pertukaran suhunya.

2.1.1.3. Unsur Fasilitas

Unsur yang memerlukan pertimbangan didalam penentuan fasilitasnya

(Ekasari et al. 2018: 13) yakni:

1. Kondisi fasilitasnya
2. Lengkapnya fasilitasnya
3. Desain interiornya serta eksteriornya fasilitas

2.1.1.4.Indikator Fasilitas

Terdapat enam indikator fasilitas (Smaradhana and Lutfie 2017: 474)

yaitu:

1. Perencanaan spasialnya

Aspek mencakup ukurannya, bentuknya, dan warnanya dipikirkan guna menarik pendapatnya serta perasaannya dari pengguna.

2. Perencanaan ruang

Faktor seperti perencanaan dalam ruangan, mencakup peletakan furnitur serta peralatan didalam ruangan. Mencakup ruang untuk tunggu yang memerlukan perhatian diluar kapasitasnya, juga memerlukan perhatian terkait peletakan peralatannya ekstra yang lainnya.

3. Lengkapnya perabotannya

Perabotan memiliki kegunaan yakni dipergunakan didalam alat penyaluran rasa nyaman bagi penggunaanya, serta menjadi hiasan tambahan bagi pengguna jasanya.

4. Tata cahaya dan pewarnaan

Cahaya dinyatakan sebagai macam modifikasi warnanya yang sesuai dengan aktivitas yang dilangsungkan diruangan serta suasana yang di harapkan.

Warna juga menjadi sarana peningkatan efisiensi, dan menciptakan efek santai, serta membantu mengurangi faktor tingkatan kecelakaan.

5. Pesan secara grafis

Hal terpenting dan berkaitan didalam aspek ini ialah tampilan secara visual, peletakan, memilah bentuk fisik, memilah warna, serta mengatur cahaya, serta memilah tanda yang akan dipakai yang mempunyai makna khusus.

6. Unsur pendukung

Fasilitas pendukung seperti tempat beribadah, toilet, area parkir dengan fasilitas internet, serta keamanannya.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ditetapkan atas kemampuan perusahaan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan yang relevan dengan harapan seorang pelanggan, kualitas pelayanan yakni sebuah perilaku yang memberikan manfaat demi mewujudkan perubahan sesuai harapan konsumen sehingga pelayanan memberi nilai yang berguna bagi konsumen (Aswad et al. 2018: 79). Kualitas pelayanan ialah penawaran kinerja yang bermula dari pihak yang satu ke ke pihak lainnya. Kinerjanya bisa didalam berbentuk perawatannya yang tidak berwujud dan tidak bisa dimiliki. Yang paling utama ialah layanan yakni sebuah sikap penjual pada konsumennya dalam hal pemenuhan kebutuhan mereka (Lubis and Andayani 2018: 234).

Kualitas pelayanan ialah kekuatan pusat untuk perusahaan sebab dengan mudahnya memengaruhi kepuasan konsumen yang mana akan menimbulkan sesuatu yang baik jika kualitas pelayanan tersampaikan dengan baik pula. Kualitas pelayanan yakni keadaan yang tidak tetap, yang terikat kuat dengan jasa, manusia ataupun prosesi dilapangan yang melampaui harapan dari seorang konsumen (Mulyapradana et al. 2020: 28).

Kualitas pelayanan ialah sebuah proses dalam organisasinya yang akan dipergunakan perusahaannya untuk bisa membiasakan diri agar mampu menciptakan persaingan, memotivasi untuk berbisnis, memaksimalkan keuntungannya, menciptakan pasar lebih baik serta memaksimalkan tingkatan kepuasan konsumennya (Almubarak andMohamed 2017: 2).

Disimpulkanlah kualitas pelayanan yakni sebuah aktivitas berbentuk totalitasnya perusahaan didalam melayani konsumennya demi menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

2.1.2.2. Prinsip Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa memiliki 6 prinsip (Imansyah and Irawan 2017: 329), yaitu:

1. *Leadership*

Mengatasi kualitas perusahaan haruslah dengan idealis serta berkomitmen yang bisa menggerakkan bisnis demi peningkatan kinerja kualitas perusahaan.

Tanpa pemimpin manajemen puncak bisa menyebabkan upaya dalam hal peningkatan kualitas yang mempunyai dampak kecilnya bagi perusahaannya.

2. *Education*

Keseluruhan pekerjanya mulai dari sang direktur hingga pekerjanya dibagian terbawah haruslah berpendidikan dengan kualitas baik.

3. *Planning*

Rencana strategisnya wajib meliputi tujuannya serta kualitasnya yang akan dipergunakan saat pencapaian perusahaan.

4. *Review*

Langkah akhir paling efektif didalam merubah tugas operasionalnya. ini ialah transisi yang bisa menjamin perhatiannya dan berkelanjutannya demi tercapainya tujuannya itu.

5. *Communication*

Komunikasi diharuskan untuk diterapkan perusahaan, konsumen, serta investornya, mencakup pemasoknya, pemerintahannya, serta masyarakatnya disekitar.

6. *Total Human Reward*

Penghargaannya dan pengukurannya menjadikan bagaian penting saat penerapannya strateginya. Pengerjanya yang mempunyai kebutuhan tentunya memerlukan didalam memperoleh *reward* dari keseluruhan orang diorganisasinya memerikan hasil akhir yang baik bagi perusahaannya.

2.1.2.3. Faktor kualitas pelayanan

Pengevaluasian kualitas pelayanannya (Subagja & Putri, 2017: 71–72) yakni:

1. Keandalan

Kinerja yang konsisten yakni perusahaan haruslah memerikan pelayanan serta menepati janjinya.

2. Responsif

Ketersediaan serta kesanggupan pekerjanya didalam hal memberi pelayanan yang baik.

3. Kompetensi

Mempunyai keterampilan serta wawasan yang diperlukan saat melayani konsumennya.

4. Aksesibilitas

Kemudahannya didalam berinteraksi, misalnya mudah menemukan lokasinya, waktunya, serta aliran komunikasinya tidak sulit dihubungi.

5. Kesopanan

Mencakup sikap hormatnya, sopannya dan santunnya, serta ramahnya pekerja.

6. Komunikasi

Membiarkan konsumennya memperoleh informasinya yang dibutuhkan serta ingin melayani segala permintaannya.

7. Kredibilitas

Kejujurannya dan dapat dipercayai, mencakup nama baiknya, reputasinya, karakternya, serta terjalannya komunikasi.

8. Keamanan

Jauh dari bahayanya, risikonya, dan gangguannya. Didalam faktor ini mencakup keamanan fisiknya, keuangannya, dan kerahasiaannya.

9. Empati

Mengupayakan memahami kebutuhannya dan keinginannya para konsumennya.

10. Fisik

Mencakup fasilitasnya, serta peralatannya yang dipergunakan karyawannya disaat melayani konsumennya.

2.1.2.4. Indikator kualitas pelayanan

Beberapa indikator kualitas pelayanan (Lubis and Andayani 2018:234)

yakni:

1. Bukti fisiknya
2. Keandalannya
3. Ketanggapannya
4. Jaminannya
5. Berempati

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yakni perbandingan harapan dengan layanan yang diterima serta produk dan kinerja yang mendukung produk/jasa itu sendiri (Salim et al. 2019: 524). Kepuasan konsumen diprioritaskan pada situasi seseorang, yang mana kepuasan pelanggan dipengaruhi situasi-situasi perasaan hati ketika konsumen mengonsumsi, yang mana suasana hati seseorang akan memperkuat kepuasan dari konsumen (Syahsudarmi 2018: 52).

Kepuasan pelanggan yakni perasaannya konsumen puas tidaknya dikarenakan pengevaluasian diantara produknya ataupun pelayanannya yang diinginkan dengan produknya ataupun layanannya yang diterima (Wihananto 2019: 3). Lahirnya rasa kepuasan pelanggan bisa menaikkan hubungan perusahaan dan konsumen, menjadikan alasan baik untuk konsumen guna membeli lagi serta menciptakan *word of mouth* (Oetma and Sari 2017: 61).

Kepuasan pelanggan ialah keadaan pelanggan yang membandingkan hasil harapan sebelum membeli dan setelah melakukan pembelian. Pelanggan akan merasa puas ketika mereka senang dengan kinerja yang mereka harapkan dan mencapai tujuan. Hal ini membuat pelanggan percaya jika antara pelanggan dan perusahaan memiliki hubungan yang baik maka para pelanggan akan sesering mungkin melakukan pembelian produk/layanan pada perusahaan tersebut (Srivastav and Mittal 2016: 2).

Disimpulkan kepuasan pelanggan yakni hal yang dirasa konsumennya terkait harapan pelayanannya atas pemberian produknya dan jasanya oleh karyawannya dengan memadankan pemberian kinerjanya dengan ekspektasinya.

2.1.3.2. Kriteria Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen diukur (Munawir 2018: 210) melalui:

1. Sistem kepuasan dan saran

Untuk memberikan kemudahan untuk konsumen agar memberi saran dan masukan. Misalnya penyediaan kotak saran yang dengan mudahnya diraih, sambungan telepon pengaduan tanpa biaya, serta alamat web yang mudah diingat.

2. *Ghost shopping*

Mempekerjakan sekumpulan *ghost* yang berpotensi pada produk pesaing.

3. *Lost customer analysis*

Pemilik usaha mencari tahu alasan pelanggannya pindah ke jasa lain dan membuat kesimpulan terkait aturan penyempurnaan berikutnya.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Melaksanakan survei, dan wawancara secara langsung.

2.1.3.3. Indikator kepuasan pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan (Aswad et al. 2018:80) yakni:

1. Kinerja

Jika kinerjanya relevan dengan harapan konsumennya, tentunya melahirkan kepuasan bagi konsumen.

2. Harga

Jika peningkatan rasa puas pelanggan dengan menurunkan harga, akan menyebabkan penurunan laba pula. Perusahaan bisa meningkatkan labanya melalui langkah lainnya misalnya memaksimalkan pelayanan tanpa mengurangi harga sedikitpun.

3. Ekspektasi

Dapat dilihat dari pembelian terdahulu, bersumber penyaranan dari teman sejawat, serta promosi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Peneliti	Judul penelitian	Alat analisis	Hasil penelitian
1	(Winarno et al. 2018) ISSN 2304-1174	Analisa pelayanan konsumennya dan fasilitas terhadap kepuasan konsumennya Kedai Kopi Maxx Coffee cabang Hotel Aryaduta Manado	Regresi Liner Berganda	Layanan Pelanggannya, Fasilitasnya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
2.	(Pantilu et al. 2018) ISSN : 2304-1174	Pengaruh kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitasnya Terhadap Kepuasan Pelanggannya warunk Bendito Megamas Manado.	Regresi Liner Berganda	Kualitas Layanannya, Harganya, dan Fasilitasnya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
3.	(Aswad et al. 2018) e-ISSN:2549-9491	Pengaruh Harganya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumennya Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam	Regresi Liner	Harganya dan kualitas pelayanannya memengaruhi kepuasan konsumennya.
4.	(Munawir 2018) ISSN: 2599-3348	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darusalam	Regresi Linear Berganda	Kualitas Layanannya dan Fasilitasnya memengaruhi kepuasan pelanggannya

5.	(Iskandarsyah and Utami 2017) ISSN: 2598-635X	Pengaruh Harga, Lokasinya dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumennya Pada Perumahan Murah di Hadrah Property	<i>Probability Sampling</i>	1. Harganya dan Fasilitasnya memengaruhi kepuasan konsumennya. 2. Lokasinya tidak memengaruhi kepuasan konsumennya.
6.	(Smaradhana and Lutfie 2017) ISSN: 2442-5826	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisiknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 101 Hotel Bandung Dago	Regresi Linier Berganda	Kualitas layanannya dan fasilitas fisiknya memengaruhi kepuasan pelanggannya.
7.	(Batam 2020) ISSN : 237778X	Pengaruh fasilitasnya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggannya pada Holiday Hotel Di Kota Batam	<i>Purposive Sampling</i>	Fasilitasnya, Kualitas Layanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya.

Sumber : Peneliti, 2021

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasar penelitian (Vonny 2016) berjudul Pengaruh Pelatihannya, Fasilitas Kerjanya dan Kompensasinya terhadap Kepuasan Kerjanya Karyawan di PT United Tractors Cabang Manado menyatakan fasilitas kerjanya memengaruhi kepuasan kerjanya. Begitu juga penelitian (Batam 2020) berjudul Pengaruh Fasilitasnya dan Kualitas Layanannya menuju Kepuasan Pelanggannya di Holiday Hotel di Kota Batam menyatakan fasilitasnya memengaruhi kepuasan pelanggannya.

Selanjutnya, penelitian (Dalame and Rustam 2020) berjudul Pengaruh Fasilitasnya dan Kualitas Layanannya Terhadap Kepuasan Konsumennya Pada Pelabuhan Batu Ampar menyatakan fasilitasnya memengaruhi kepuasan konsumennya.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

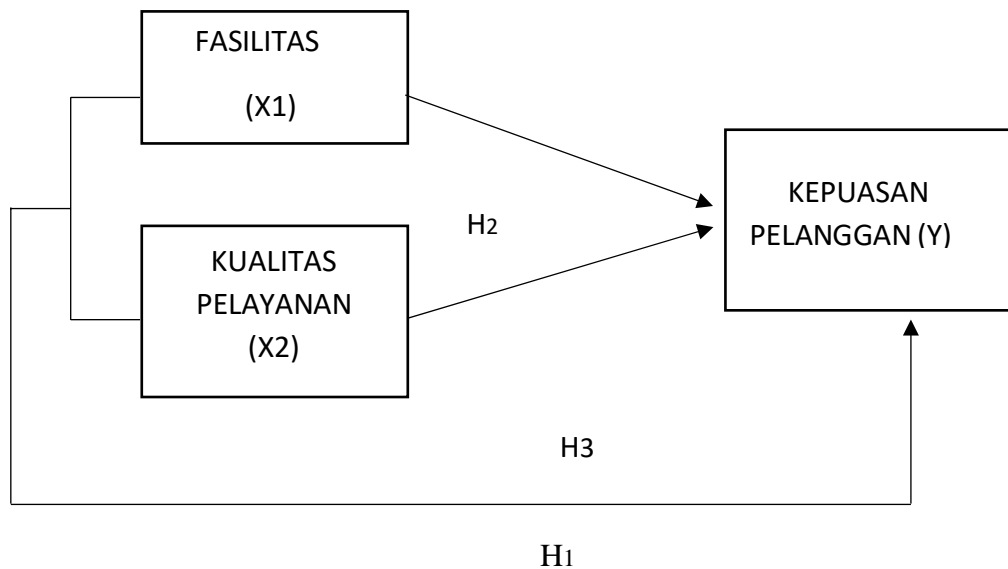
Penelitian (Realize 2018) berjudul Pengaruh Kualitas Layanannya dan Promosinya terhadap Kepuasan Pelanggannya di PT Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam menyatakan kualitas layanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya. Begitu juga penelitian berjudul Pengaruh Harganya dan Kualitas Pelayanannya terhadap Kepuasan Konsumennya Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air menyatakan kualitas pelayanannya memengaruhi kepuasan konsumennya. Penelitian (Camus and Nainggolan 2017) berjudul Pengaruh Promosinya Dan Kualitas Pelayanannya Terhadap Kepuasan Konsumennya Pada PT Yafindo Sumber Rejeki Di Batam menyatakan kualitas layanannya memengaruhi kepuasan konsumennya.

2.3.3 Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian (Siahaan and Raymond 2020) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanannya dan Kepercayaannya Terhadap Kepuasan Pelanggannya Pengguna Jasa Grab Di Batam, menyatakan kualitasnya dan fasilitasnya memengaruhi kepuasan pelanggannya. Sama halnya (Smaradhana and Lutfie 2017) berjudul Pengaruh Kualitas Layanannya dan Fasilitas Fisiknya terhadap Kepuasan Pelanggannya di The 101 Hotel Bandung Dago menyatakan kualitasnya dan fasilitasnya memengaruhi kepuasan pelanggannya.

2.3.4 Gambar Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka berpikir yang dipakai sebagai dasar pada penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasar landasan teori, maka yang ditetapkanlah hipotesis sebagai berikut:

- H1: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kota.
- H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kota.
- H3: Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kota.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Desain penelitian yang dipakai ialah pendekatan kuantitatif, dimana seorang peneliti menentukan berhasil tidaknya penelitian yang telah dilaksanakann. Bagi peneliti, desain penelitian sebagai petunjuk didalam menjalankan proses seperti pengumpulan data, penetapan data, koleksi, serta analisisnya (Ridha 2017: 63).

Metodenya didalam penelitian ini yakni deskriptif dan asosiatif, dengan menelusuri hubungannya ataupun dua pengaruhnya atau lebih variabelnya. Jika metodenya didalam kuantitatifnya merupakan bentuk data penelitian yang berbentuk angka (Pantilu et al. 2018: 3276). Penelitian ini yakni analisa regresi linear berganda yang dilakukan peneliti agar dapat menelusuri pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanannya terhadap kepuasan pelanggannya pada Wisma Berlian di Tanjung Batu Kota.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian didalam objek penelitian ini ialah yang pertama memperoleh hasil yang akan di lakukan penelitian terhadap objek serta variabel yang akan diangkat untuk memperoleh hasil yang di teliti, guna penelitian yang bersifat orisinil. Yang artinya sifat penelitian yang diterapkan adalah suatu riset orisinil sebagai mengangkat variabel, indikator pada objek penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya. Maka penelitian ini bisa dipakai sebagai referensi terhadap peneliti yang hendak melaksanakan penelitian pada objek yang sama.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

1.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitiannya dilaksanakan pada Wisma Berlian Kundur yang akan dilakukan sebagai tempat penelitian guna mengelolah data yang diperlukan. Adapun penelitian berlokasi di Tg. Batu Kota, Kecamatan Kundur, Kabupaten Karimun, Kepri. Wisma Berlian Kundur bergerak di bidang akomodasi atau penginapan umum.

1.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu sekitar 6 bulan yang dilaksanakan mulai bulan Maret-Agustus 2021.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Mar 2021	Apr 2021	Mei 2021	Jun 2021	Jul 2021	Ags 2021
Latar Belakang						
Perumusan Masalah						
Studi Kepustakaan						
Metodologi Penelitian						
Penyebarluasan Kuesioner						
Pengumpulan Kuesioner						
Olah Data						
Penyelesaian Skripsi						

Sumber : Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Kewilayahan yang umumnya mencakup objek berkualitas serta berkarateristik khusus yang sudah diputuskan peneliti supaya bisa dimengerti lalu bisa ditarik kesimpulannya. Populasi penelitiannya diperoleh dari pemberian Manajer Wisma Berlian Tanjung Batu Kota yakni jumlah pelanggan yang sering mengunjungi atau menginap dari Juli 2020 hingga Desember 2020 sebanyak 801 pelanggan .

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Dengan populasi sebanyak 810 pelanggan terhitung enam bulan terakhir dari bulan Oktober 2020 hingga Maret 2021. Tingkat kesalahan saat penarikan sampel yang ditetapkan yakni 5% hingga perolehan yang didapatkan yakni 810 responden memenuhi jumlah Slovin yang ditetapkan serta tingkatan error makin kecil. Peneliti memakai rumus slovin guan mencari jumlah sampel dengan ketentuan:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Slovin}$$

$$n = \frac{810}{1 + 810 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{810}{3,025}$$

$$= 264,79$$

$$= 265 \text{ sampel}$$

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitiannya ini memakai *Non Probability Sampling* dengan *Sampling Accidental*. *Sampling Accidental* yakni sebuah cara pengumpulan sampel berdasar kebetulan, yakni siapapun yang kebetulan bertemu peneliti bisa dijadikan sampel. Teknik penentuannya tergantung pada mudahnya mengakses subjek misalnya mensurvei pelanggan di mall atau orang yang lewat di jalan. Biasanya disebutkan sebagai *convenience*, dikarenakan mudahnya peneliti didalam melangsungkan dan berkaitan dengan subjeknya. Peneliti hampir tidaklah berkewenangan didalam memilih elemen sampel, dan dilangsungkan berdasar pendekatan dan bukanlah perwakilan (Sugiyono 2017: 85).

3.5 Sumber Data

Ada 2 jenis sumber data (Sugiyono 2019: 213) yaitu :

1. Data Primer

Data primernya bersumber dari sebaran kuesioner pada pelanggan Wisma Berlian Tanjung Batu Kota.

2. Data Sekunder

Data sekundernya bersumber dari pihak Manajer Wisma Berlian Tanjung Batu Kota melalui data yang berkaitan dengan persentase keluhan pelanggan.

3.5.1 Interview (wawancara)

Teknik pengumpulan data jika penulias ingin menelusuri terkait responden lebih banyak serta sedikitnya responden. Teknik pengumpulan data berupa laporan tentang diri.

3.5.2 Kuesioner

Teknik pengumpulannya dengan cara memerikan pertanyaan pada responden untuk diperolehnya sebuah jawaban. Kuesioner yakni teknik yang efisien jika peneliti paham variabel dan harapan responden. Kuesioner ini dipakai jika responden banyak dan tersebar luas.

3.5.3 Observasi

Jika wawancaranya dan kuesionernya berinteraksi dengan individu lainnya secara langsung maka berbeda dengan observasi yang tak terbatasnya pada orang, namun dengan objek lainnya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik analisa data dengan langkah menjabarkan peroleh kuesioner berupa tanggapan responden yang nantinya didistribusikan pada pelanggan Wisma Berlian Tanjung Batu Kota dengan memakai bantuan Skala Likert. Skala likert dipakai guna mengukur anggapan sekelompok orang terkait fenomena sosial (Sugiyono 2019: 152). Untuk menjawab keperluan kuantitatif, jawaban bisa diberikan skor:

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2019 : 153)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Suatu konsep yang dijadikan operasional yang mana mempermudah didalam melangsungkan penelitian guna melakukan penelitian berikutnya. Variabel operasional berkaitan dengan proses pengukuran variabel tersebut, yang mana sebuah kelengkapan ataupun sifatnya ataupun penilaiannya atas obyek ataupun aktivitas yang bervariasi yang sudah diputuskan peneliti guna dipelajari lebih lanjut lalu disimpulkan. Menetapkan variabel secara operasional menjadikan hal yang begitu krusial didalam penelitian dikarenakan tujuannya yakni memerikan kredibilitas pada metode serta memastikannya reproduktifitas dari hasil sebuah studi (Ridha 2017: 63).

3.7.1 Variabel Independen

Disebut variabel bebas sebab memunculkan variabel *depeden* (Ridha 2017: 66). Variabel independennya yakni fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Fasilitas (X1) diartikan sebagai penyediaan peralatan berbentuk nyata dengan memberikan rasa nyaman kepada pelanggan yang akan melangsungkan kegiatan atau aktivitasnya, dan kebutuhan serta keinginan pelanggan pun bisa terpenuhi selama memakai jasa (Pantilu etal. 2018: 3725).

Sedangkan kualitas pelayanan (X2) ditetapkan atas kemampuan perusahaan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan yang relevan dengan harapan seorang pelanggan, kualitas pelayanan yakni sebuah perilaku yang memberikan manfaat demi mewujudkan perubahan sesuai harapan konsumen sehingga pelayanan memberi nilai yang berguna bagi konsumen (Aswad et al. 2018: 79).

3.7.2 Variabel Dependen

Dikatakan variabel dependennya dikarenakan variabelnya ini dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Variabel dependennya yakni kepuasan pelanggan (Y).

Secara keseluruhan bisa diamati dari tabel 3.1:

Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Fasilitas (X1)	Penyediaan peralatan berbentuk nyata dengan memberikan rasa nyaman kepada pelanggan yang akan melangsungkan kegiatan atau aktivitasnya, dan kebutuhan serta keinginan pelanggan pun bisa terpenuhi selama memakai jasa.	Perencanaan spasial Perencanaan ruang Lengkapannya perabotan Tata cahaya dan warna Pesan grafis Unsur pendukung	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Sikap yang memberikan manfaat dengan cara mewujudkan hal yang diharapkan konsumen yang mana bisa memberi nilai tersendiri.	Bukti fisik Kehandalan Ketanggapan Jaminan Empati	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Dipengaruhi situasi-situasi perasaan hati ketikakonsumen mengonsumsi, yang mana suasana hati seseorang akan memperkuat kepuasan dari konsumen.	Kinerja Harga Ekspektasi	Likert

Sumber : Peneliti, 2021

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini dibutuhkan beberapa penganalisaan datanya dan interpretasinya yang bertujuan didalam merespon pernyataan penelitiannya didalam berekspresi terhadap kejadian sosial tertentu (Razak, 2018: 8). Penelitian statistiknya disaat pengujian analisa mencakup:

3.8.1 Statistik deskriptif

Metode yang berkenaan dengan mengumpulkan serta menyajikan sebuah gugusan data hingga memerikan informasi yang bermanfaat. pendefinisian menjadikan statistik deskriptif dan statistik inferensial dilangsungkan berdasar kegiatannya. Untuk menganalisa data yang sudah dikumpulkan dengan menyimpulkan sesuatu yang umum. Statistik deskriptif bisa dipergunakan jika peneliti hanya menginginkan pendeskripsian data sampel, dan tidak ingin menyimpulkan yang berlakunya populasi dimana sampel itu diperoleh (Sugiyono 2019: 226–227).

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Untuk mengukur kevalidan data (Purwa & Ardani, 2017: 209). Data dinyatakan valid jika pernyataan bisa membuktikan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut. Rumus mencari nilai korelasi yaitu rumus *Pearson Product Moment* (Sugiyono 2019: 272) yakni :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Rumus 3.2

PPM

Sumber : (Sugiyono, 2019 : 273)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

$\sum x_i$ = skor item

$\sum y_i$ = skor total

Kisaran nilai koefisien validitas yakni +1,00 sampai -100. Nilai +1,00 membuktikan bahwa nilai tersebut secara langsung bernilai sama relatif. Jika koefisien nilai validitas 0, maka tidak ada hubungan antara item dengan total. Makin tingginya nilai koefisiennya disuatu item, maka makin baik pula item tersebut.

3.8.2.2 Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas dilaksanakan dengan melalui konsistensi internal, yakni menelusuri instrument cukup sekali, lalu menelusuri perolehan yang didapatkan dengan memakai teknik tertentu. Perolehan penganalisaan dipergunakan menduga reliabilitas instrumennya. Sudaryono (2019: 368) suatu instrumennya reliabel jika *Alphanya* > 0.60 maka diakui reliabel. Untuk mengukur indikator dari variabel. Untuk mengukur uji realibitas, peneliti memakai program SPSS 26 yakni *statistic cronbach's alpha* (α) yang realibel jika *cronbach's alpha* > 0,60 (Moha & Loindong 2016: 579).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Lakukanlah pengujian normalitasnya agar bisa membuat kesimpulan data dari populasi yang terdistribusi normal ataupun tidak. Baiknya model regresi bila terdistribusi normal. Residu terdistribusi normal pastinya menyerupai kurva, yang bila digambarkan berbentuk kurva akan seperti lonceng. Pengaplikasian *Histogram*, serta Kolmogorov-Smirnov untuk pengujian normalitas lainnya. Jika tergolong normal bila $Signya > 0.05$. Untuk mengamati tingkatan normalnya data didalam model penelitian. Hasil tersebut bisa memakai *Kolmogrov Smirnov* (Handoko, 2017: 68–72). Residual bisa berdistribusi normal jika signifikansinya $> 0,05$.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Menelusuri model regresinya membangun kaitan antara variabel independen atau tidak. Pengujian ini mengaplikasikan *Examination of partial correclation*. Untuk menguji ditemui adanya kaitan antar variabel bebas atau tidak. Baiknya model yakni tidak berkolerasi antar variabel bebas (Batam, 2020: 22). Menelusuri ada tidaknya multikolinieritas jika $VIF < 10$ dan *Tolerance* $> 0,10$ (Nurchahyo & Riskayanto, 2018: 18).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui variabel pengganggu dari variabel bebas berkorelasi atau tidak. Penelitian ini memakai metode uji koefisien korelasi *Rank Spearman* dalam arti mengkorelasikannya dengan hasil regresi dengan keseluruhan variabel bebas (Krisnahadi, 2018: 52). Terdapat ketentuan saat melakukan uji heteroskedastisitas *Rank Spearman* (Hariyono, 2017: 74) yakni:

1. Jika signifikansinya $< 0,05$ terdapat gejala heteroskedastisitas.
2. Jika signifikansinya $> 0,05$ tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menelusuri kenaikan dan penurunan variabel dependen, jika dua/lebih variabel independennya sebagai faktor prediktor dimanipulasi (Sugiyono 2019:307–8).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Rumus 3.3 Regersi Linear Berganda

Sumber : (Sugiyono, 2019: 308)

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b_1b_2 : koefisien regresi

X_1 : Fasilitas

X_2 : Kualitas Pelayanan

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur jauhnya kapasitas dimodel untuk memperjelas keragaman variabel terikatnya. Koefisien kepastian berada pada kisaran 0 dan 1. Nilai R^2 menandakan sedikitnya kapasitas variabel bebasnya didalam mengklarifikasi variabel terikatnya sangatlah terbatas dan mempengaruhi, jika R^2 adalah mendekati 1, variabel dependen mempengaruhi semua data yang diberikan. (Tanamal, 2017: 127).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Umumnya memaparkan jauhnya pengaruh variabel independen secara individu saat menjelaskan variasi variabel dependennya. Kriteria didalam penentuannya yakni jika t hitung $>$ t tabel dan Sig. $<$ 0,05. Rumus untuk hitung uji t adalah :

Rumus 3.4 Uji T

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019: 275)

Keterangan :

R = koefisien

R^2 = koefisien determinasi

N = banyaknya sampel

3.9.2 Uji F

Untuk mengujikan keseluruhan variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Putra & Afandi, 2018: 547). Kriterianya yakni jika F hitung $>$ F tabel dan sig. $<$ 0,05 disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Rumus uji f yakni:

Rumus 3.5 Uji F

$$\frac{R^2/k}{(1 - R^2/(n - k - 1))}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019: 284)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel