PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HANS INN HOTEL DI KOTA BATAM

SKRIPSI



Oleh: Indra Sanjaya 180910213

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS PUTERA BATAM TAHUN 2022

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HANS INN HOTEL DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat Memperoleh gelar sarjana



Oleh: Indra Sanjaya 180910213

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS PUTERA BATAM TAHUN 2022

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Indra Sanjaya

NPM : 180910213

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Progam Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP

KEPUASAN KONSUMEN PADA HANS INN HOTEL DI KOTA BATAM"

Adalah hasil karya sendiri 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 didalam 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, 17 Januari 2022

METHRAMM TEMPEL 886AJX409748538

Indra Sanjaya 180910213

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HANS INN HOTEL DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat Memperoleh gelar sarjana

> Oleh: Indra Sanjaya 180910213

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Batam, 30 Desember 2021

Gai Juns.

Syaifullah, S.E. M.M

Pembimbing



ABSTRAK

Industri pariwisata terus akan berkembang sesuai zaman yang tentunya memicu pelaku industri perhotelan untuk terus mengembangkan kualitas bisnisnya mulai dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan yang diharapkan dapat membuat konsumen merasa puas dengan jasa yang ditawarkan di hotel tersebut. Kota Batam memiliki letak yang strategis yaitu di perlintasan pelayaran internasional sehingga menjadikan Batam termasuk dalam kawasan perdagangan bebas yang berdampak pada adanya wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kualtias pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Hans Inn Hotel di Kota Batam. Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu pengunjung Hans Inn Batam sebanyak 5.768. Pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan accidental sampling dan jumlah sampel sebanyak 258 responden berdasarkan rumus Isaac and Newtown. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat hitung SPSS versi 25. Hasil dalam penelitian dapat dilihat melalui uji t, bahwa untuk variabel kualitas pelayanan (6,150) dan fasilitas (3,620) melebihi t tabel yang berarti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga dari hasil uji f, untul variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (180,861) melebih f tabel, berarti bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Batam.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The tourism industry will continue to develop according to the times that trigger hotel industry players to continue to develop the quality of their business starting from the quality of services and facilities provided which are expected to make consumers feel satisfied with the services offered at the hotel. The city of Batam has a strategic location which is at international crossing which has an impact on the presence of tourists both from within and outside of country This study aims to determine whether there is an influence of service quality and facilities on consumer satisfaction at Hans Inn Hotel in Batam City. The population taken in this study were 5,768 visitors to Hans Inn Batam. Sampling was determined by using accidental sampling and the number of samples was 258 respondents from the Isaac and Newton formulas. The data collection technique in this study used a questionnaire. The data collected can be analyzed using multiple linear regression analysis with the help of the SPSS version 25 calculator. The results in this study can be seen through the t test, for service quality (6,150) and (3,620)exceeds the t table which affects customer satisfaction. Likewise, from the results of the f test, for the variable used, namely consumer satisfaction (180.861) exceeds the f table, it means that the quality of service and facilities simultaneously affects customer satisfaction at Hans Inn Batam.

Keyword: Service of Quality; Facilities; Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya 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 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 ini 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 Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam.
- 3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Putera Batam.
- 4. Bapak / Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
- 5. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi pada Program Studi Universitas Putera Batam.
- 6. Kepada teman-teman dan semua keluarga saya yang selalu senantiasa mendukung dan mendoakan.
- 7. Manajemen Hans Inn yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin. Tuhan memberkati.

Batam, 17 Januari 2022

Indra Sanjaya



DAFTAR ISI

HAL	AMAN SAMPUL	i
HAL	AMAN JUDUL	ii
SURA	AT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HAL	AMAN PENGESAHAN	iv
ABST	TRAK	v
ABST	TRACT	vi
KATA	A PENGANTAR	vii
DAFI	FAR ISI	viii
DAFI	TAR GAMBAR	xi
DAFI	FAR TABEL	xii
DAFT	FAR RUMUS	xiii
BAB :	1 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	9
1.6	Manfaat Penelitian	9
BAB 1	II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Kualitas Pelayanan	11
2.1.1	Definisi Kualitas Pelayanan	
2.1.2	Konsep Kualitas Pelayanan	12
2.1.3	Karakteristik Kualitas Pelayanan	13
2.1.4	Etika Dalam Pelayanan	14
2.1.5	Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.2	Fasiltas	17
2.2.1	Definisi Fasilitas	17
2.2.2	Unsur-Unsur Fasilitas Fisik	18
2.2.3	Indikator Fasilitas	20
2.3	Kepuasan Konsumen	20
2.3.1	Definisi Kepuasan Konsumen	21
2.3.2	Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	
2.3.3	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	23
2.3.4	Hal Yang Mempengaruhi Persepsi Dan Harapan Konsumen	23
2.3.5	Indikator Kepuasan Konsumen	
2.4	Penelitian Terdahulu	
2.5	Kerangka Pemikiran	26
2.6	Hipotesis	
BAB]	III METODE PENELITIAN	29

3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Sifat Penelitian	29
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	30
3.3.1	Lokasi Penelitian	30
3.3.2	Periode Penelitian.	30
3.4	Populasi dan Sampel	31
3.4.1	Populasi	31
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	31
3.4.3	Teknik Sampling	32
3.5	Sumber Data	32
3.3.1	Jenis Data	32
3.3.2	Sumber Data	32
3.6	Metode Pengumpulan Data	33
3.7	Operasional Variabel	35
3.7.1	Variabel Independen	35
3.7.1.1	Kualitas Pelayanan	35
3.7.1.2	Fasilitas	35
3.7.2	Variabel Dependen	35
3.7.2.1	Kepuasan Konsumen	35
3.8	Metode Analisis Data	36
3.8.1	Analisis Deskriptif	36
3.8.2	Uji Kualitas Data	36
3.8.2.1	Uji Validitas	37
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	38
	Uji Asumsi Klasik	
3.8.3.1	Uji Normalitas	40
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas	40
3.8.3.3	Uji Heterokedasitas	40
3.8.4	Uji Pengaruh	41
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.8.4.1	Koefisien Determinasi (R ²)	41
	Pengujian Hipotesis	
3.8.5.1	Uji T	43
	Uji F	
BAB I	V HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
	Logo Perusahaan	
4.1.2	Visi & Misi Perusahaan	
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	
431	Analisis Deskriptif	. 48

4.3.1.1	Deskripsi Kualitas Pelayanan (X1)	48
4.3.1.2	Deskripsi Fasilitas (X2)	50
4.3.1.3	Deskripsi Kepuasan Konsumen (Y)	51
4.4	Analisis Data	53
4.4.1	Uji Kualitas Data	53
4.4.1.1	Uji Validitas	53
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	55
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	55
4.4.2.1	Hasil Normalitas Data	55
4.4.2.2	Hasil Uji Multikolinearitas	57
4.4.2.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.4.3	Uji Pengaruh	58
4.4.3.1	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	58
4.4.3.2	Hasil Analisa Koefisien Determinasi (R2)	59
4.5	Uji Hipotesis	59
4.5.1	Uji T	59
4.5.2	Uji F	60
4.6	Pembahasan	61
4.7	Implikasi	62
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	64
DAFT	AR PUSTAKA	65
Lampir	an 1. Pendukung Penelitian	
Lampir	an 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampir	an 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo Hans Inn	
Gambar 4.2 Histogram	
Gambar 4.3 P-Plot	
Gambar 4.4 Scatter Plot	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penilaian Konsumen Hotel Hans Inn Batam	3
Tabel 1.2	Data Keluhan Fasilitas Hotel Hans Inn Batam	5
Tabel 1.3	Jumlah Pengunjung Hotel Hans Inn Batam Januari-Agustus 2021	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	.24
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	.30
Tabel 3.2	Skala Likert	.34
Tabel 3.3	Operasional Variabel Penelitian	.35
Tabel 3.4	Rentang Skala Penelitian	.37
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	.45
Tabel 4.2	2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	.46
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	.46
Tabel 4.4	Identitas Responden Pendapatan Perbulan	.47
Tabel 4.5	5 Distribusi Tanggapan Kualitas Pelayanan (X1)	.48
Tabel 4.0	Distribusi Tanggapan Fasilitas (X2)	.50
Tabel 4.7	Distribusi Tanggapan Kepuasan Konsumen (Y)	.51
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	.54
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	.55
Tabel 4.1	0 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	.57
Tabel 4.1	1 Hasil Uji Multikolinearitas	.57
Tabel 4.1	2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	.58
Tabel 4.1	3 Uji Koefisien Determinasi (R2)	.59
Tabel 4.1	4 Hasil Uji T	.60
	5 Hasil Uji F	

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Isaac and Newtown	31
Rumus 3.2 Korelasi Product Moment	38
Rumus 3.3 Metode Alpha Cronbach	39
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Majunya perekonomian global berdampak pada persangingan yang ketat yang bergerak pada bidang jasa, satu diantaranya bidang pariwisata terutama industri perhotelan, dimana banyak perusahaan jasa perlu memberikan kualitas jasa yang sebaik-baiknya agar konsumen merasa puas. Kota Batam memiliki letak yang strategis yaitu di perlintasan pelayaran internasional sehingga menjadikan Batam termasuk dalam kawasan perdagangan bebas yang berdampak pada adanya wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri untuk liburan maupun perjalanan bisnis. Industri perhotelan memegang peranan penting sebagai salah satu sektor pendukung pariwisata yang tentunya mempunyai sesuatu yang memiliki nilai positif dan nilai negatif, dapat dalam segi hal kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Dikarenakan banyaknya alternatif pilihan pada hotel, tentunya konsumen akan dapat memilih sebuah tawaran pelayanan yang cocok dengan persepsi serta kebutuhan diri mereka. Hotel yang mempunyai kualitas akan mengedepankan pelayanan yang dapat memberikan kesan yang baik bahkan melampaui harapan konsumen. Ketidakpuasan tamu adalah akibat dari ketidakmampuan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan tamu (Juliana et al., 2021:2).

Dalam membentuk persepsi konsumen untuk memilih, jika kualitas pelayanan melebihi ekspektasi konsumen tentu saja akan berdampak positif dan dapat memberikan ulasan yang menarik terhadap hotel tersebut. Kualitas layanan dapat dinyatakan pada perbandingan layanan yang diterima dan yang layanan yang diharapkan (Wahyu & Asron, 2020:532). Tindakan ini dilakukan agar konsumen dapat merasa puas apabila sesuai dengan harapan yang mereka terpenuhi dan senang apabila dapat melebihi ekspektasi. Serta tentunya dapat memberikan kenyamanan dan konsumen dapat merasakan kepuasan sehingga dapat terus berlanjut untuk menggunakan jasa hotel tersebut dikemudian hari. Begitu juga dengan fasilitas yang memadai akan membuat konsumen mudah dalam beraktifitas yang mana sesuai dengan kebutuhan konsumen. Semakin baik fasilitas yang ada tentu akan memberikan kenyamanan yang maksimal, apabila fasilitas buruk ini akan mengakibatkan turunnya minat dari konsumen sehingga mereka tidak ingin menginap kembali dan tidak merekomendasikan ke orang lain. Kepuasan konsumen tentunya dapat tercapai apabila perusahaan menyediakan fasilitas memadai untuk menambah nilai dari pelayanan (Vuspita & Heryenzus, 2020:123).

Adanya komplain terhadap kualitas pelayanan dan terjadi secara langsung dari konsumen dan kemudian menyampaikan keluhan tersebut ke pihak resepsionis pada saat *check-out*, bukan hanya secara langsung tetapi juga adanya komplain melalui situs *website* travel seperti *booking* dan *traveloka*. Jika perusahaan tidak menangani keluhan tamu dengan baik, maka akan muncul *feedback* negatif dari tamu yang berdampak besar pada bisnis (Syahidul, Achmad, & Hudayah, 2020:1348). Pelayanan dari *front office* yang tentunya diperlukan sebagai pilar utama dalam melayani dengan baik agar konsumen dapat tertarik untuk menggunakan jasa yang digunakan. Kemudian terkait pelayanan *house*

keeping tentunya diharapkan dapat memberikan hasil terhadap kebersihan kamar dengan baik dan juga harus cepat tanggap terhadap permintaan tambahan dari tamu. Dalam hasil observasi dan data ulasan website travel, peneliti menguraikan tabel penilaian konsumen seperti berikut:

Tabel 1.1 Penilaian Konsumen Hotel Hans Inn Batam

Kategori	Nilai
Staff	8.7
Kenyamanan	8.0
Fasilitas	7.6
Kebersihan	8.1
Wifi	5.0

Sumber: Booking.com dan Traveloka.com (2018-2021)

Berdasarkan ulasan terkait pelayanan staff sudah baik namun alangkah lebih baiknya perusahaan tetap dapat mempertahankan nilai kualitas pelayanan staff untuk tahun berikutnya agar dapat semakin meningkat. Namun dalam hasil observasi dan hasil ulasan, masih terdapat permasalahan dalam segi kualitas pelayanan yang perlu untuk diperhatikan yaitu ada beberapa hal yang menjadi keluhan bagi beberapa tamu yang berkaitan dengan pelayanan antara lain adanya beberapa karyawan yang terkadang kurang ramah pada saat melayani tamu dalam melakukan pemesanan kamar, seperti nada bicara yang terkadang tinggi yang kurang berkenan di hati konsumen, dan terkait pelayanan kebersihan kamar oleh departemen *House Keeping* masih ada beberapa keluhan seperti ada sisa noda yang berada dikasur yang dapat membuat tamu kecewa dengan pelayanan

diberikan. Kemudian terkadang lambatnya bantuan tambahan seperti memerlukan tambahan ekstra handuk, bantal, kasur, tisu, dan lain-lain yang terkadang membuat tamu harus sabar menunggu dari permintaan yang diinginkan. Jika terdapat keluhan ini tentu akan berdampak terhadap konsumen yang mana tentunya dapat menceritakan pengalamannya atas hasil yang diterima. Kualitas pelayanan yang baik adalah ketika pelayanan yang diterima dapat melampaui harapan konsumen jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan maka tentunya kualitas pelayanan dikatakan buruk. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mempunyai efek secara langsung (Zahra and Relawati, 2021:45). Selain dari pada kualitas pelayanan, hal yang berpengaruh penting dalam kepuasan konsumen yaitu fasilitas.

Selanjutnya terkait fasilitas masih ditemukan permasalahan yang dialami yaitu mulai dari fasilitas AC dan koneksi internet yang berpengaruh terhadap konsumen semasa menginap, tentunya yang diharapkan agar konsumen dapat tidur dengan nyenyak serta koneksi internet untuk mengerjakan tugas atau terkait dengan pekerjaan dan bermain sosial media. Kemudian area parkir yang tentunya diperlukan agar mudah diakses oleh konsumen dan juga terkait fasilitas area hotel masih kurang lengkap. Berikut adalah uraian singkat terkait permasalahan faislitas pada Hans Inn Batam:

Tabel 1.2 Data Keluhan Fasilitas Hotel Hans Inn Batam

Fasilitas	Keterangan
Koneksi Internet	Jaringan internet yang disediakan
	kurang cepat
Area Kamar	Fasilitas AC kurang dingin
Parkiran	Parkiran yang disediakan kurang
	luas
Fasilitas Area Hotel	Tidak ada fasilitas olahraga dan
	kolam berenang

Sumber: Traveloka.com dan Booking.com (2018-2021)

Berdasarkan ulasan dari pemesanan aplikasi hotel yang diuraikan dari tabel diatas terdapat fasilitas yang kurang memadai seperti koneksi jaringan internet yang disediakan kurang cepat yang mengakibatkan tamu harus menunggu dengan sabar dalam menggunakan wifi tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan area kamar seperti AC yang kurang dingin membuat tamu harus mengadu ke pihak resepsionis untuk dilakukan pengecekan agar AC dapat berfungsi dengan dingin kembali, yang mana jika tidak dingin tentu akan membuat tamu kecewa dan tidak nyaman karena tidak bisa tidur dengan tenang. Selanjutnya untuk area parkiran yang disediakan masih kurang luas, jika ada rombongan tamu dalam jumlah banyak yang datang tentu harus di booking terlebih dahulu jamnya, agar parkiran bisa diatur sedemikian rupa sehingga bisa muat dengan jumlah rombongan mobil tersebut, karena untuk saat ini parkiran hanya memuat untuk sekitar 12-15 mobil. Dan yang terakhir terkait fasilitas area hotel yang disediakan

masih kurang yaitu tidak adanya fasilitas olahraga, kolam berenang, dan bar yang mana ketiga fasilitas ini diperlukan agar tamu bisa lebih bisa meluangkan waktunya untuk menikmati aktivitasnya. Kurangnya dari fasilitas ini akan berpengaruh terhadap perusahaan, dimana fasilitas yang diberikan itu sebagai sarana untuk melancarkan dan mempermudah dalam melakukan aktivitas, berdasarkan penelitian (Vuspita & Heryenzus, 2020:123) fasilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila sering terjadi masalah-masalah akan mempengaruh kepuasan ini konsumen dalam menggunakan jasa hotel tersebut. Yang mana ini akan berdampak pada penurunan jumlah kamar dikarenakan konsumen tidak berkunjung kembali. Berikut terlampir jumlah pengunjung data dari Hans Inn pada tahun 2021:

Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung di Hotel Hans Inn Batam Januari – Agustus 2021

No	Bulan	Tahun 2021
1.	Januari	883
2.	Februari	794
3.	Maret	878
4.	April	837
5.	Mei	552
6.	Juni	608
7.	Juli	505
8.	Agustus	711
	TOTAL	5768

Sumber: Hans Inn Batam (2021)

Sesuai tabel diatas, total hunian kamar pada Hans Inn Batam pada tahun 2021 terjadi penurunan hunian setiap bulannya dan tidak dapat dipungkiri bahwa hotel juga terdampak dengan wabah corona yang mengakibat tingkat hunian menurun. Jika dilihat penurunan hunian yang signifikan ada pada bulan Mei, Juni, dan Juli. Berdasarkan uraian diatas terjadinya penurunan hunian juga tentunya bisa disebabkan oleh dari masalah kualitas pelayanan dan fasilitas yang kurang baik yang telah dipaparkan permasalahan yang ada diatas. Atas hasil tersebut, ada 2 hal yang menjadi masalah yaitu kualitas pelayanan serta fasilitas yang sangat memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen. Apabila keluhan ini terus terjadi tentu saja ini dapat mengubah persepsi konsumen dan pada akhirnya konsumen dapat tidak merekomendasikan atas pengalaman yang telah terjadi kepada orang lain berdampak pada buruknya reputasi perusahaan tersebut . Atas hasil pemaparan yang di uraikan diatas, bahwa peneliti ingin mengamati dan akan melakukan penelitian serta ingin permasalahan yang berlangsung ini menjadi topik penelitian dan memberikan judul yaitu " PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HANS INN HOTEL DI KOTA BATAM"

1.2 Identifikasi Masalah

- Masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen.
- Pelayanan terkait kebersihan kamar masih kurang bersih serta pelayanan diberikan terkadang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

- 3. Pelayanan yang diberikan terkadang lambat terkait dengan permintaan tambahan dari tamu.
- 4. Area parkiran yang fasilitasnya tidak begitu luas yang mengakibatkan konsumen rumit dalam mencari parkiran kendaraan tersebut.
- 5. Fasilitas yang berada dikamar seperti air conditioner yang kurang dingin dan wifi yang terkadang lambat serta tidak adanya fasilitas pendukung lainnya seperti kolam berenang dan fasilitas olahraga.

1.3 Batasan Masalah

Sesuai latar belakang diatas agar tidak meluas, maka peneliti hanya membatasi masalah dengan memperhatikan permasalahan berikut ini:

- Penelitian ini dilaksanakan pada Hotel Hans Inn Batam yang terletak di Komplek Nagoya Newtown di Kota Batam.
- Penelitian ini hanya dilakukan pada departemen Front Office dan House
 Keeping di hotel Hans Inn di Kota Batam.
- 3. Sampel dalam penelitian ini berupa konsumen yang sudah pernah dan baru menggunakan jasa hotel Hans Inn di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam?
- 2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam?
- 3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Hans Inn di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- 2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen
- 3. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Hotel Hans Inn di Kota Batam.

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menjadi pedoman, manfaat, dan bahan pertimbangan agar dapat memberikan gambaran yang sesuai dalam hal pengaplikasian dalam peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan konsumen dalam bidang ilmu manajemen

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan solusi dan perubahan untuk pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara berkelanjutan untuk pengembangan perusahaan.

2. Bagi Institusi (UPB)

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan acuan pada perpustakaan Universitas Putera Batam

3. Bagi Peneliti

Studi ini dapat menambahkan wawasan serta pengalaman dalam melakukan kegiatan penelitian langsung dilapangan dalam menghadapi permasalahan yang terjadi sehingga memberikan ilmu yang berguna untuk masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keunikan dari keseluruhan karakteristik dari suatu jasa maupun produk yang mana dapat memberikan serta memenuhi kebutuhan konsumen (Indrasari, 2019:61).Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang tentunya setara dengan yang diharapkan tamu. Oleh karenanya pencapaian memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan (Indrasari, 2019:61).

Kualitas pelayanan (Djafri, 2018:14) adalah usaha untuk memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan konsumen. Pada awalnya sulit untuk membuat konsumen lama tetap terus bertahan tetapi jika diimbangi dengan kualitas pelayanan yang maksimal maka besar kemungkinan konsumen lama akan tetap setia terhadap jasa yang kita berikan. Yang berarti kualitas pelayanan akan dimulai dari kenginan konsumen dan berujung pada persepsi konsumen, dimana dalam persepsi tersebut dapat dinilai keselurahan atas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan (Fakhrudin,2021:98) berfokus pada pemenuhan kebutuhan, serta ketepatan waktu tentunya untuk memenuhi harapan dari konsumen tersebut. Dengan hal inilah kita dapat mempertahankan tamu sehingga fokusnya yaitu memenuhi permintaan dari konsumen tersebut. Kualitas pelayanan bisa diselidiki dengan membandingkan pengalaman yang telah

konsumen terima dengan apa yang mereka harapkan yang seharusnya ada dalam pelayanan tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwa adanya kualitas pelayanan ini yaitu upaya dalam memenuhi apa yang diinginkan konsumen dan juga memberikan respon yang ramah serta dapat sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Jadi dengan memberikan kualitas yang mengesankan hati konsumen itu bukan dalam persepsi pihak produsen namun lebih kepada persepsi konsumen. Oleh karenanya, konsumen yang berhak memberikan penilaian atas kualitas jasa yang mereka beli, karena mereka yang mengkonsumsi dan dapat menilai secara keseluruhan atas jasa yang telah diberikan.

2.1.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Dalam kualitas pelayanan ini bergantung terhadap pelayanan yang diberikan karyawan dalam memberikan respon yang baik dan ramah terhadap konsumen. Adanya hubungan dan interaksi yang kuat antara konsumen dan karyawan akan menumbuhkan persepsi yang bernilai. Jika ketidakpuasan yang diterima tinggi tentu ini akan berpengaruh terhadap banyaknya keluhan yang akan diberikan oleh tamu (Fatihudin, 2019:224). Mengacu pada pelayanan, harapan dari konsumen yaitu suatu keyakinan bahwa apa yang diterimanya itu sudah sebanding atau bahkan lebih dari ekspektasi yang diingkan ketika membeli suatu produk atau jasa tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa harapannya yaitu sebelum menggunakan jasa tersebut maka akan didasarkan pada rekomendasi teman, mulut ke mulut, ataupun iklan/promosi yang berada di sosial media untuk memikat konsumen. Kemudian

setelah sesuai dan membeli jasa tersebut maka dapat dibandingkan apakah sudah sesuai dengan yang diterima atau belum atas jasanya. Tentu jika kinerja karyawan dapat menyenangkan hati konsumen ini akan membuat kualitas dari perusahaan tersebut semakin tinggi. Tetapi jika tidak dapat memuaskan kenginan konsumen ini akan menimbulkan hal yang buruk bagi perusahaan karena tidak terjadi kesesuaian antara kinerja dan harapan yang inginkan. Dilihat dari karakteristik konsumen maka akan ada yang berani secara langsung untuk memberikan pernyataan ataupun masukan dan juga bisa keluhan terhadap jasa yang ia konsumsi. Tentunya dari hal tersebut perusahaan dapat mengevaluasi apakah sudah sesuai dengan persepsi konsumen atau tidak. Apabila sudah sesuai dengan harapan konsumen maka dapat dikatakan bermutu dan begitupun sebaliknya. Jika pelayanan yang diberikan kenyataan sesuai dengan harapan maka dapat dikatakan memuaskan.

2.1.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Beberapa karakteristik yang perlu diperhatikan seperti (Indrasari, 2019:63).

- 1. Akses, yaitu layanan tersebut harus dapat menjangkau keseluruh tempat dan secara tepat.
- 2. Komunkasi, ialah bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien, dan akurat.
- 3. Kesopanan, yaitu bahwa tentunya pegawai harus ramah, cepat tanggap, dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan
- 4. Responsif, yang terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan tamu atau permasalahan yang dihadapi.

5. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan ketrampilan serta pengetahuan yang diperlukan.

2.1.4 Etika Dalam Pelayanan

Ada beberapa ketentuan yang diatur secara umum sebagai berikut (Indrasari, 2019:60):

- Sikap dan perilaku, dalam prakteknya sikap yang menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan
- 2. Penampilan, secara keseluruhan mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik dan perilakunya
- 3. Cara berbicara, yaitu bicara dengan jelas dan tidak bertele-tele.
- 4. Gerak-gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota atau badan kaki.
- Cara berpakaian, menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan memakai seragam petugas yang telah disediakan.

2.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Perusahaan menilai kualitas pelayanan bisa dalam beberapa kategori seperti bisa bermutu ataupun tidak, lalu berkualitas, dan normal saja itu kembali kepada persepsi yang diberikan oleh tamu. Walaupun perusahaan mengatakan bahwa kualitas pelayanan mereka sudah baik ataupun bermutu, tetapi jika di mata konsumen melihat kondisi tersebut tidak baik, artinya kualitas pelayanan yang diberikan masih belum maksimal dalam arti kata masih kurang memuaskan. (Indrasari, 2019:66) memaparkan ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan oleh pelanggan dalam menilai kualitas dalam jasa tersebut :

1. Bukti Fisik

Bukti fisik yaitu bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan gambaran fisik untuk tamu, contohnya fasilitas fisik serta pelaratan-peralatan personel. Bisa juga berupa bukti fisik secara visual, seperti karyawan yang berpenampilan menarik baik dalam segi seragam yang digunakan dan juga dapat berkomunikasi dengan baik dan lancar. Kemampuan perusahaan dalam memberikan sarana serta prasarana fisik sangat memberikan kualitas nyata dari pelayanan yang diberikan, contohnya seperti gedung, gudang, teknologi, transportasi, dan juga penampilan karyawannya yang rapi.

2. Keandalan

Keandalan yaitu cara perusahaan dalam menjalankan jasanya dengan tepat dan akurat. Ada beberapa hal dalam keandalan yaitu bisa memberikan jasa yang sesuai dengan yang diharapkan, juga dapat menangani masalah-masalah yang ada pada tamu serta dapat memberikan catatan yang berkaitan dengan apa yang harus dikerjakan agar dapat karyawan dapat memahami apa yang harus dijawab olehnya ketika mendapatkan pertanyaan tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat memberikan pelayanannya dengan tepat. akurat, dan dapat dipercaya agar bisa relevan dengan apa yang diinginkan konsumen, seperti performance yang diberikan baik, sangat kecil kemungkinan dalam melakukan kesalahan, peduli, serta teliti dalam hal-hal yang dilakukan.

3. Ketanggapan

Ketanggapan yaitu cara perusahaan dalam memberikan pelayanan yang efisien serta membantu tamu dalam waktu yang telah ditentukan. Ada beberapa hal dalam daya tanggap seperti membantu tamu dalam merespon setiap permasalahan yang dihadapi ditambah dengan pelayanan yang tepat waktu. Dan jangan membuat tamu menuggu terlalu lama yang tidak didasarkan pada suatu alasan yang benar karena dapat berdampak kepada buruknya kualitas pelayanan yang telah diberikan. Jadi perusahaan haruslah dapat memberikan informasi yang benar, dan juga dibantu oleh karyawannya dalam menyelesaikan suatu permintaan. Dapat dikategorikan bermutu apabila perusahaan cepat menanggapi setiap permintaan dan juga keinginan dari tamu tersebut.

4. Jaminan

Jaminan disini yaitu cara perusahaan dalam memberikan bimbingan terhadap karyawannya dalam memberikan pengetahuan serta sikap yang baik dalam meresponi tamu. Beberapa hal dalam jaminan yang perlu yaitu karyawan dapat memberikan keyakinan pada tamunya dan memberikan rasa aman, serta kepercayaaan terhadap transaksi yang dilakukan agar tidak terjadi informasi yang tidak jelas. Ketika karyawan dapat menimbulkan kepercayaan kepada tamunya terhadap jasa yang diberikan tentu konsumen tidak akan ragu-ragu untuk membeli jasa tersebut karena mereka sudah memahami apa-apa saja resiko dan bahaya yang terjadi dalam jasa tersebut.

5. Empati

Empati yaitu bagaimana perusahaan dapat menunjukkan kepedulian dan memerhatikan apa yang dialami oleh tamu. Beberapa hal yang diperlukan yaitu bagaimana karyawan dalam perusahaan tersebut dapat mengutamakan apa yang menjadi kepentingan konsumen dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Ketika karyawan dapat memahami dengan baik dan menunjukkan sikap yang ramah, perhatian, dan sabar terhadap tamu, maka perusahaan tersebut dapat disenangi oleh konsumennya karena memahami apa yang dikeluhkan dan bisa menyelesaikan dengan baik atas permasalahan yang dihadapi.

2.2 Fasilitas

2.2.1 Definisi Fasilitas

Fasilitas yaitu sesuatu yang bisa mempermudah suatu usaha yang menyediakan semua kebutuhan dari tamu untuk memenuhi kenginan tersebut (Ivan Tanaka & Darmawan, 2021:632). Umumnya dengan adanya fasilitas ini menjadi suatu penentuan apakah seseorang memilih untuk memanfaatkan jasa yang diberikan perusahaan tersebut.

Fasilitas yaitu asal muasal wujud yang seharusnya tersedia sebelum mempromosikan layanan ke konsumen dengan memberikan kenyamanan sehingga konsumen bisa menikmati kepuasan atas fasilitas tersebut (Wahyu & Asron, 2020:533). Fasilitas itu berarti suatu bentuk fisik yang mempunyai fungsi dan nilai produk dengan layanan yang diberikan.

Fasilitas (Fakhrudin, 2021:99) adalah objek penting untuk meningkatkan tingkat kepuasan seperti kenyamanan tamu. Artinya fasilitas yang digunakan dan ditempati ini bisa untuk karyawan terutama pada tamu agar dapat menikmati fasilitas yang ada. Beberapa hal yang perlu bagi perusahaan untuk keberlangsungan kenyamanan tamu yaitu mulai dari kebersihan, fasilitas yang lengkap, dan juga penataan yang baik terhadap ruangan tersebut.

Dari hasil pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa fasilitas yaitu segala sesuatu yang dapat digunakan oleh tamu untuk menikmati dan merasakan kenyamanan dari tempat tersebut serta dapat menilai apakah fasilitas yang diberikan telah sesuai dan memberikan kepuasan terhadap tamunya. Oleh karenanya dengan adanya fasilitas yang bervariasi dan sesuai dengan harapan konsumen ini dapat menambahkan semangat kepada konsumen untuk menikmati fasilitas yang diberikan.

2.2.1 Unsur-Unsur Fasilitas Fisik

Ada lima unsur yang perlu diperhatikan dalam menentukan suatu fasilitas seperti berikut ini: (Widyaningrum, 2020:6):

1. Perencanaan spasial

Hal-hal yang diperhatikan yaitu mulai dari warna dan tekstur yang dikombinasikan agar dapat menarik mata konsumen yang melihatnya, kemudian terus mengembangkan jika terjadi kekurangan ataupun terdapat keluhan terhadap hal tersebut.

2. Perencanaan ruangan

Hal ini melingkupi mulai dari desain interior serta tata letak peralatan maupun fasilitas dalam ruangan serta sirkulasi ruangan tersebut.

3. Perlengkapan

Hal ini meliputi seperti adanya perabotan yang unik yang menggambarkan suasana agar terlihat menarik dan bisa juga seperti adanya pajangan layaknya menyambut konsumen dalam segi kelengkapan barang.

4. Tata cahaya

Dalam hal ini adalah penting dalam menentukan warna yang sesuai dengan aktivitas yang ada pada ruangan tersebut agar konsumen bisa merasa nyaman dan tertarik untuk terus berada dalam ruangan tersebut.

5. Warna

Dalam hal ini warna dapat memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan untuk memberikan rasa rileks dan juga dapat meminimalisir kecelakaan. Akan lebih baik jika warna dihubungan dengan efek emosional dari pilihan warnanya. Contohnya yang perlu diperhatikan yaitu pencahayaan, bentuknya, penampilan yang menarik, serta penempatannya yang perlu digunakan dalam tujuan tertentu.

2.2.3 Indikator – Indikator Fasilitas

Untuk penelitian ini indikator fasilitas yang digunakan dalam perusahaan hotel berupa (Bellia and Prastiyo, 2019:23):

1. Kamar tidur dengan segala perlengkapannya artinya beberapa fasilitas yang perlu ada biasanya meliputi: tempat tidur, lemari, ac, lampu, pengering rambut, meja, kursi, dan cermin.

- 2. Restoran dengan pendukungnya
- 3. Fasilitas tambahan seperti fasilitas olahraga dan hiburan
- 4. Adanya ballroom untuk acara tertentu
- 5. Tersedia tempat parkir untuk pengunjung

2.3 Kepuasan Konsumen

2.3.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah itu bagaimana konsumen mempunyai perasaan dan dapat menilai secara emosional atas jasa yang ia beli dengan harapan kebutuhannya dapat terpenuhi (Untung and Mahsyar 2020:208). Apabila hasil yang diberikan oleh karyawan tidak sesuai harapan maka konsumen tidak puas, jika diatas harapan maka tentunya konsumen puas. Untuk menentukan kepuasan maupun ketidakpuasan itu ada pada konsumen dalam meresponi setiap jasa yang telah dibeli ataupun diterimanya. Puas atau tidaknya konsumen dapat dievaluasi kembali jika tidak sesuai dengan apa yang diharapkan baik dilakukan sebelum maupun sesudah pembelian untuk membandingkan kepuasan tersebut dan memperbaikinya.

Kepuasan konsumen menurut (Vuspita & Heryenzus, 2020:125) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan hasil terhadap ekspektasi mereka. Berbeda dengan kinerja lebih kepada persepsi tamu apa yang ia rasakan setelah memakai jasa yang ia beli. Artinya kepuasan ini bergantung pada persepsi dan harapan mereka.

Kepuasan konsumen dikatakan sebagai bentuk sikap maupun perilaku manusia terhadap suatu barang atau jasa yang telah diperoleh, sehingga dapat

menimbulkan rencana untuk melakukan pembelian ulang dan dapat menimbulkan rasa puas dan ketidakpuasaan (Zahra and Relawati, 2021:45).

Dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen disini itu artinya bagaimana kebutuhan dan permintaan dapat terpenuhi. Harapan yang diingini tamu sesuai dengan hasil yang diterima. Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan dari tamu seperti tamu yang mengalami interaksi dengan staff dalam melakukan pembelian ini perlu merasakan apakah kebutuhan dan kenginanannya itu sudah sesuai, jika keinginan yang diberikan besar maka harapan nya juga besar begitupun sebaliknya serta hasil dari pengalaman di masa lalu ataupun orang-orang yang pernah menggunakan jasa tersebut dari kompetitor lainnya dan memberikan review terhadap jasa tersebut.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan bagi perusahaan untuk memnentukan tingkat puasnya konsumen yaitu (Indrasari, 2019:87):

a) Kualitas produk

Konsumen tentu akan puas apabila jasa yang diberikan dapat memberikan kepuasan disertai dengan kualitas kamar yang mana fasilitas-fasilitasnya mempunyai kualitas bagus.

b) Kualitas pelayanan

Tidak dapat dipungkiri industri jasa perlu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

c) Emosional

Konsumen akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi apabila ia mendapatkan rekomendari atau keyakinan dari orang sekitarnya yang mempunyai respon positif terhadap jasa tersebut. Dalam arti kata disini adalah lebih kepada nilai sosial yang membuat tamu merasakan kepuasan terhadap jasa yang diberikan.

d) Harga

Jasa yang murah tetapi meningkatkan kualitas yang bagus tentu akan membuat konsumen melirik dan menggunakan jasa tersebut karena mempunyai nilai lebih.

e) Biaya

Tidak adanya biaya penambahan dalam membeli jasa tersebut dan tidak menunggu lama untuk mempunyai/memiliki jasa tersebut akan membuat konsumen puas terhadap jasa tersebut.

2.3.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode pengukuran kepuasan yang terbagi sebagai berikut (Indrasari, 2019:88):

- Sistem keluhan dan saran, organisasi berpusat pada pelanggan, memberikan kesempatan yang luas kepada para tamu untuk menyampaikan keluhan.
 Informasi yang disediakan ini nantinya dapat memberikan ide kepada perusahaan untuk bereaksi cepat dalam mengatasi masalah tersebut
- 2. Ghost shopping, dengan memperkerjakan orang untuk berperan sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan hasil aktivitasnya mengenai

- kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan jasa/produk tersebut
- Lost customer analysis, perusahaan menghubungi para pelangan yang telah berhenti membeli agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Peningkatatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumen.
- 4. Survei kepuasan pelangan, perusahaan akan menerima umpan balik dari pelanggan, dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan perhatian kepada konsumennya...

2.3.4 Hal Yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Konsumen

Berikut hal-hal yang dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen yaitu (Indrasari 2019:87)

- Kebutuhan dan kenginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba untuk melakukan transaksi dengan produk
- Pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaingnya
- 3. Pengalaman dari teman-teman.

2.3.5 Indikator-Indikator Kepuasan Konsumen

(Indrasari 2019:92) ada beberapa indikator yang ada pada kepuasan dari pada konsumen yaitu:

1. Kesesuaian harapan

Kinerja yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen yang mana meliputi mulai dari jasa, fasilitas, pelayanan, dan karyawan.

2. Minat berkunjung kembali

Perasaan senang yang dialami oleh konsumen yang membuat ia ingin terus berlangganan atau menginap kembali karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan memuaskan hati konsumen disertai dengan fasilitas yang mendukung untuk beraktifitas.

3. Kesedian merekomendasikan

Dimana konsumen ikut serta untuk mempromosikan atau merekomendasikan jasa yang telah ia alami untuk diceritakan kepada keluarga, teman, saudara untuk menggunakan jasa tersebut karena sudah memberikan pelayanan yang terbaik dan juga mempunyai fasilitas yang memadai serta cepat tanggap dalam meresponi kenginginan konsumen.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Alat	Hasil
	Peneliti	Penelitian	Analisis	Penelitian
1	(Juliana et al., 2021)	Analisis Pengaruh	Analisis	Kualitas
		Kualitas Pelayanan	Regresi	pelayanan dan
	(Google Scholar)	Hotel Dan Fasilitas	Linear	fasilitas
		Hotel Harris	Berganda	berpengaruh
		Seminyak Bali		secara simultan
		Terhadap Kepuasan		atau bersama-
		Pelanggan		sama terhadap
				kepuasan
				pelanggan Hotel
				Harris Seminyak
				Bali

Tabel 2.1 Lanjutan

2	(Destiana Baetie,	Pengaruh Kualitas Analisis Kualitas		Kualitas	
	2018)	Pelayanan Terhadap	Regresi	pelayanan	
		Kepuasan Tamu Di	Linear	berpengaruh	
	(Google Scholar)	Hotel Niagara	Berganda	signifikatan	
		Parapat Provinsi		terhadap	
		Sumatera Utara		kepuasan tamu	
3	(Yesinda &	Pengaruh Fasilitas	Analisis	Fasilitas dan	
	Murnisari, 2018)	Dan Kualitas	Regresi	kualitas	
		Pelayanan Terhadap	Linear	pelayanan	
	(Sinta 5)	Kepuasan Pasien	Berganda	berpengaruh	
		Jasa Rawat Jalan	_	signifikan	
		Pada Puskesmas		terhadap	
		Kedamangan		kepuasan	
		Kabupaten Blitar		konsumen	
4	(Ponty & Setiawan,	Pengaruh Kualitas	Analisis	Kualitas	
	2019)	Pelayanan Dan	Regresi	pelayanan dan	
		Fasilitas Terhadap	Linear	fasilitas	
	(Jim UPB)	Kepuasan	Berganda	berpengaruh	
		Konsumen Pada		signifikan	
		Pengguna		terhadap	
		Transportasi Umum		kepuasan	
		Bus Trans Batam		konsumen	
5	(Maryati & Husda,	Pengaruh Fasilitas	Analisis	Fasilitas dan	
	2020)	Dan Kualitas	Regresi	kualitas	
		Pelayanan Terhadap	Linear	pelayanan	
	(Google Scholar)	Kepuasan	Berganda	berpengaruh	
		Pelanggan Pada		signifikan	
		Holiday Hotel Di		terhadap	
		Kota Batam		kepuasan	
				pelanggan	
6	(Ivan Tanaka &	Pengaruh Kualitas	Analisis	Kualitas	
	Darmawan, 2021)	Pelayanan, Fasilitas,	Regresi	pelayanan,	
		Dan Tarif Terhadap	Linear	fasilitas, serta	
	(Sinta 4)	Kepuasan Pasien	Berganda	harga	
		Rawat Inap Pada		memberikan	
		Rumah Sakit Mata		pengaruh yang	
		Cicendo Bandung		signifikan secara	
				parsial serta	
				simultan	
				terhadap	
				kepuasan	
				konsumen	

Tabel 2.1 Lanjutan

7	(Aswad et al., 2018)	Pengaruh Harga	Analisis	Harga dan
		Dan Kualitas	Regresi	kualitas
	(Sinta 5)	Pelayanan Terhadap Linear		pelayanan
		Kepuasan	Berganda	berpengaruh
		Konsumen		signifikan
		Pengguna Air		terhadap
		Bersih Masyarakat		kepuasan
		Kampung Air		konsumen
		Batam Center		

Sumber: Peneliti (2021)

2.5 Kerangka Pemikiran

2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

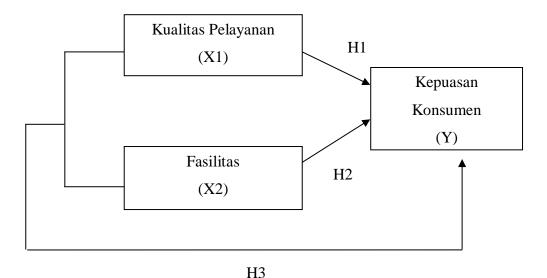
Kualitas pelayanan yaitu digambarkan sebagai bentuk dari sikap yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dari konsumen dengan kemampuan dari perusahaan itu yang berfokus pada konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh dengan pengkajian yang sudah dilakukan oleh (Susanti & Syahrian, 2019) yang menyatakan adanya kualitas pelayanan yang berpengaruh sigfinikan terhadap kepuasan dari nasabah.

2.5.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas pendukung ini adalah berupa usaha-usaha penunjang yang ada disekitar area tersebut yang tentunya memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Hasil kajian yang telah dilakukan oleh (Puspita & Singgih, 2018) menyatakan kualitas pelayanan serta fasilitas pendukung secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Adanya kualitas pelayanan ini merupakan cara untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen beserta ketepatan dalam menyampaikan atau mengkomunikasikan dengan baik agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Apabila konsumen merasa senang, tentunya ia akan berencana untuk menginap kembali atau membeli jasa tersebut secara berkelanjutan serta dapat memberikan rekomendasi kepada temannya terhadap jasa yang diberikan. Fasilitas pendukung yang memadai akan membuat konsumen mudah dalam beraktifitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Pada kajian yang diperoleh oleh (Ivan Tanaka & Darmawan, 2021) bahwa kualitas pelayanan, fasilitas serta harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan dan parsial kepada kepuasan pasien. Adapun kerangka pemikiran seperti berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti (2021)

2.6 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas serta tambahan referensi yang dikemukakan oleh pelayanan (Vuspita & Heryenzus, 2020:125), pengembangan hipotesis terkait dengan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, bahwa dapat dirumuskan hipotesis yang dilakukan di dalam suatu penelitian yaitu:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam.

H2: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam.

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hans Inn Hotel di Kota Batam.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan yaitu *explanatory research* dimana penelitian ini bersifat menerangkan adanya hubungan melalui variabel penelitian dengan cara menguji hipotesis beserta penjabarannya lebih berisi deskripsi namun pada dasarnya lebih fokus kepada hubungan variabel antara satu dengan yang lain agar dapat menyimpulkan seberapa besar pengaruhnya antara variabel bebas dengan variabel yang terikat. Kemudian pendekatan yang dipakai yaitu kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dan data yang dikumpulkan memakai alat penelitian serta data statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Ivan Tanaka & Darmawan, 2021:633).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini bersifat replikasi yaitu dengan menggabungkan mulai dari objek penelitiannya, kemudian kepada indikator, alat analisisnya beserta variabel yang sama dengan penelitian terdahulu (Widyaningrum, 2020:3). Perbedaan yang ada pada penelitian ini yaitu ada pada objek penelitian dan juga kurun waktu dalam melakukan penelitian ini. Oleh karenanya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel.

3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian yang ada pada Hotel Hans Inn Jln Komplek Nagoya Newtown Blok A No. 1,2,3 Batam, kemudian untuk objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu apakah ada pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhada kepuasan konsumen.

3.3.2 Jadwal Penelitian

Jadwal pelaksanaan penelitian sesuai dengan tabel yang ada dibawah ini, perinciannya sebegai berikut :

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Keterangan	September 2021	Oktober 2021	November 2021	Desember 2021	Januari 2022	Februari 2022
Pengajuan Judul						
Bimbingan Skripsi						
Perumusan Penelitian						
Metodologi Penelitian						
Penyebaran Kuesioner						
Olah Data						
Perancanga n Laporan Akhir						
Sidang Skripsi						

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi 3.4.1

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek

yang mempunyai karakteristik tertentu yang dipelajari peneliti untuk kemudian

ditarik kesimpulannya (Putu & Yuesti, 2019:39). Agar optimal penjelasan dari

penelitian yang dilakukan maka peneliti mendapatkan informasi yang bersumber

dari bukti yang dapat diyakini dan bisa diandalkan. Kemudian untuk populasi

pada penelitian Hans Inn Batam diambil dari total jumlah tamu pada tahun 2021

sejumlah 5.780.

Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh

populasi tersebut (Putu & Yuesti, 2019:39). Apabila populasi besar dan juga jauh

peneliti tidak dapat sepenuhnya menggunakan populasi tersebut karena pada

dasarnya ada batasan dalam dana, waktu, serta tenaga yang perlu dalam

mengambil sampel dari semua populasi tersebut.Dalam penarikannya, jumlah

sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu memerlukan rumus Isaac and

Michael sebagai berikut:

 $s = \frac{\lambda^2.N.P.Q}{d^2(N-1) + \lambda^2.P.Q}$

Rumus 3.1 Rumus Isaac and Michael

Sumber: (Nelwan *et al.*, 2019:5152)

Keterangan:

s : Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

 λ^2 : Chi kuadrat, dengan dk=1, taraf kesalahan 1%,5%,10%. (10%=2,706)

d: Perbedaan bias 0,05

P: Peluang benar (0,5)

Q: Peluang salah (0,5)

$$s = \frac{\lambda^2. N. P. Q}{d^2(N-1) + \lambda^2. P. Q}$$

$$s = \frac{2,706.5768.0,5.0,5}{0,05^2(5768-1) + 2,706.0,5.0,5}$$

$$s = \frac{3902,052}{15.094} = 258.516$$

Berdasarkan penelitian ini jumlah populasi responden yang ada pada tahun 2021 sebanyak 5.768 orang. Toleransi kelonggaran adalah 10%. Maka sampel didapatkan perhitungan sejumlah 258 orang yang akan dijadikan sebagai responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang dilakukan dalam pengambilan sample ini yaitu menggunakan accidental sampling yang termasuk dalam non-probabilistic sampling, dimana teknik ini lebih kepada sampel yang kebetulan, jadi siapapun yang bertemu dengan peneliti, baik sudah pernah atau sedang menggunakan jasa hotel bisa dijadikan sampel dalam populasi tersebut.

3.5 Sumber Data

Sumber data peneliti memakai data berikut ini :

 Data primer, dimana data didapatkan melalui responden yang dapat berupa penilaian maupun respon yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti. Sumbernya disebarkan dengan memberikan kuesioner kepada responden untuk kemudian di isi sesuai dengan pertanyaan yang diberikan. Informasi yang didapatkan lalu kemudian dibuatkan daftar pertanyaan yang diajukan kepada tamu menggunakan skala *likert*.

 Data sekunder, dimana data didapatkan melalui bahasan referensi seperti data internal hotel, buku, jurnal yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu tahap utama yang perlu didalam melakukan suatu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data agar bisa diolah. Jika tidak ada teknik ini, tentu saja peneliti tidak bisa memenuhi standar yang telah ditetapkan. Instrumen penelitian data yang dikumpulkan ini dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan cara seperti yang dikemukakan dibawah ini:

1. Kuesioner

Kuisioner yaitu teknik pengumpulan data yang diberikan dengan memberikan beberapa pertanyaaan atau pertanyaan baik ditulis secara langsung ditujukan kepada responden untuk dijawabnya (Putu and Yuesti, 2019:65). Berdasarkan pemaparan diatas ini menjelaskan bahwa kuesioner ini merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat secara tertulis maupun secara *online* dan jenis kuesioner ini lebih tertutup karena responden hanya perlu memberikan tanda pada jawaban yang sesuai dengan persepsi konsumen tersebut. Dalam kuesioner ini pengumpulan data

memakai skala *likert*. Skalanya dipakai untuk mengukur mulai dari persepsi, pendapat, maupun sekelompok tentang kenyataan yang terjadi dalam lingkunan (Putu and Yuesti, 2019:50). Responden diberikan pilihan untuk menjawab alternatifnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Putu and Yuesti, 2019)

2. Observasi

Observasi adalah suatu pemilihan, pengubahan, pencatatan serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan suatu perusahaan. Berdasarkan keterlibatannya, pengamatan dapat dibagi menjadi 2 yaitu observasi partisipan dimana pengamat terlibat dalam kegiatan yang diteliti dan observasi non partisipan dimana pengamat ada diluar subjek peneliti dan tidak ikut dalam kegiatan yang dilakukan (Putu & Yuesti, 2019:66).

3. Studi kepustakaan

Studi ini berhubungan dengan data yang dikumpulkan melalui berbagai sumber ataupun teori yang berhubungan dengan masalah penelitian, yang dapat berupa, buku, jurnal, literature yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.7 Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen (bebas) yaitu suatu variabel yang memengaruhi, menjelaskan, dan menerangkan variabel lainnya (Putu & Yuesti, 2019). Variabel independen di penelitian ini adalah:

- 1. Kualitas Pelayanan (X1)
- 2. Fasilitas (X2)

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang diberikan keterangan oleh variabel yang lain yang ditentukan atau dipengaruhi oleh variabel bebas

1. Kepuasan Konsumen (X3)

Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas	Kualitas pelayanan	1. Bukti fisik	Skala
Pelayanan (X1)	diartikan seperti	2. Keandalan	Likert
	penilaian yang	Ketanggapan	
	dilakukan oleh	4. Jaminan	
	pelanggan terhadap benefit ataupun keunggulan yang ia	5. Empati	
	terima secara keseluruhan		

Tabel 3.3 Lanjutan

Fasilitas (X2)	Fasilitas ialah	1.	Kamar tidur	Skala
	sarana prasarana		dengan segala	Likert
	yang penting dalam		perlengkapanny	
	usaha untuk		a	
	meningkatkan	2.	Restoran dengan	
	kepuasan seperti		pendukungnya	
	memberi	3.	Fasilitas	
	kemudahan,		tambahan	
	memenuhi	4.	Adanya	
	kebutuhan, dan		ballroom untuk	
	kenyamanan bagi		acara tertentu	
	konsumen	5.	Tersedia tempat	
			parkir untuk	
			pengunjung	
Kepuasan	Kepuasan	1.	Kesesuaian	Skala
Konsumen (Y)	konsumen adalah	1	harapan	Likert
	perasaan senang	2.	Minat	Likere
	atau kecewa		berkunjung	
	seorang yang		kembali	
	muncul setelah	3.	Kesediaan	
	membandingkan		merekomendasi	
	antara hasil produk		kan	
	yang dipikirkan			
	terhadap hasil yang			
	diharapkan			

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan yaitu kuantitatif, dimana teknik analisis data memakai statistik deskriptif yang mana data yang diberikan kemudian disatukan dan diolah untuk menganalisa terlebih dulu agar dapat dijadikan sebagai patokan untuk pengambilan keputusan. Tujuan yang dilakukan dalam menganalisis data ini yaitu agar dapat merepresentasikan dan memberikan kesimpulan secara keseluruhan atas data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Desain penelitian yang digunakan yaitu deskriptif analisis pendekatan deskriptif yang bersifat kuantitatif. Penelitian ini yaitu usaha kesadaran dalam memberikan suatu jawaban kepada permasalahan yang dihadapi agar dapat informasi yang dalam terhadap fenomena yang diteliti dengan pendekatan kuantitatif. Ini dapat dikategorikan statistik deskriptif dengan cara yaitu penyajian data dalam bentuk table, grafik, diagram, perhitungan persentase, modus, dan lain-lain. Analisis yang akan dilakukan ini dengan bantuan aplikasi statistik yaitu SPSS versi 25. Dengan adanya sistem ini, beberapa pengujian terhadap data yang dikumpulkan untuk mendapatkan deskripsi uraian hubungan pengaruh antar variabel dalam penelitian ini. Perolehan rentang skala dapat ditentukan dengan rumus berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{5}$$
 Rumus 3.2 Rentang Skala

$$RS = \frac{258(5-1)}{5} = 206$$

Kontribusi terhadap hasil yang diperoleh yaitu:

Tabel 3.4 Rentang Skala Penelitian

No	Rentang Skala	Penilaian
1	258-464	Sangat Tidak Baik
2	465-670	Tidak Baik
3	671-876	Cukup
4	877-1082	Baik
5	1083-1288	Sangat Baik

Sumber: Peneliti, 2021

38

3.8.2 Uji Kualitas Data

Dalam sebuah penelitian yang diperlukan yaitu kualitas data agar dapat

mengukur validnya atau besarnya ukuran dari data tersebut sehingga dapat

menghasilkan data yang dapat diandalkan. Sebelum berlanjut ke tahap uji yang

lain, data perlu diuji validitas dan keandalan terlebih dulu.

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas yaitu tingkat keandalan alat ukur yang digunakan. Kualitas data

dapat dikatkan valid apabila instrument yang digunakan sudah tepat dengan yang

diukur. Adanya item ini bisa berupa suatu pernyataan maupun pertanyaan yang

akan diberikan untuk konsumen dalam mengisi kuesioner agar dapat

mengungkapkan suatu gambaran. Pengujian ini memakai metode Korelasi

Pearson. Besarnya korelasi nilai koefisien dapat diperoleh dengan rumus *Pearson*

Product Moment:

 $r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X.\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X^2)][(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$ **Rumus 3.2** Korelasi Product Moment

Sumber: (Hamid *et al.*, 2019:30)

Keterangan:

r_{xy}: Koefisien dari correlation

i: Skor item

x: Skor total dari x

n: Jumlah dari banyaknya subjek

Sumber: (Susiana & Realize, 2020)

Pengujian yang dilakukan dalam validitas ini yaitu (Hamid et al., 2019:30) bila r

hitung > r tabel maka berarti data tersebut dikatakan signifikan yang berarti valid

39

dan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan.

Sebaliknya jika r hitung < rtabel maka berarti data tersebut tidak signifikan atau

tidak valid dan tidak dapat disertai dalam pengujian hipotesis penelitian.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dipakai dalam mengetahui keseimbangan dalam alat ukur

yang digunakan dalam kuesioner apakah didapatkan hasil ukuran yang sama jika

dilakukan kembali (Hamid et al., 2019:29). Tidak dipungkiri bawah pengukuran

yang dilakukan berulang dapat memberikan hasil yang berbeda. Pengujian

reabilitas hanya layak dilakukan terhadap kumpulan item-item yang telah

dianalisis dan diuji. Penelitian ini penulis mengukur dengan skala rentangan

seperti skala Likert (1-5) dan memakai metode Cronbach's Alpha (α) dimana jika

nilai koefisien reliabilitas diatas 0,6 maka reabilitas diterima atau dapat dipercaya.

Untuk mendapatkan nilai tingkat reliabilitas dimensi pembentuk variabel laten,

digunakan rumus:

 $\alpha = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum s_{i^2}}{s_{t^2}}\right)$ **Rumus 3.3** Metode Alpha Cronbach

α= Koefisien reliabilitas

k = Total item pertanyaan yang diuji

 $\sum s_{i^2}$ = Item pada jumlah varian butir

 $st^2 = \text{Total varian}$

Sumber: (Hamid *et al.*, 2019:30)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan tahap uji awal suatu perangkat maupun instrument yang diperlukan didalam mengumpulkan data, kemudian data tersebut diproses lebih lanjut untuk mengetahui kedekatan antar variabel X dan Y.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu pengujian yang dipakai dalam suatu tujuan untuk mengetahui penyebaran data yang diberikan sebuah kelompok apakah sudah terdistribusi dengan normal atau tidak normal (Hamid *et al.*, 2019:71). Metode yang digunakan adalah grafik histogram yaitu jika titik-titik ada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Selanjutnya kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk urva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Dengan uji kolmogorov, normalitas dipenuhi jika hasil uji tidak signifikan untuk suatu taraf signifikasi (α) tertentu $\alpha = 0.05$. Sebaliknya, jika hasil uji signifikan maka normalitas tidak terpenuhi. Jika signifikansi yang diperoleh $> \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan koefisien antara variabel bebas (Hamid *et al.*, 2019:105). Karakteristiknya yaitu apabila nilai VIF < 10 maka tidak terdapat mutikolinearitas diantara variabel independen. Dan sebaliknya, jika nilai VIF

seluruhnya > 10, ini dikatakan mengandung multikolinieritas. Jika *Tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolineratas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk mengetahui model yang digunakan apakah mempunyai kesamaan atau tidak kesamaan varian dari residual dari pengamatan yang satu ke lainnya. Apabila varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain menetap, ini dikatakan homoskedasitisitas apabali berbeda dikatakan heterokedastisitas (Christian & Nugroho, 2020). Metode yang digunakan yaitu dengan *scatter plot*, untuk mengetahuinya ada atau tidaknya heteroskedastisitas:

- Jika pola tersebut seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang bergelombang atau menyempit maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas
- Jika tidak ada pola yang jelas, titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mehami adanya pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Zahrotun, 2019:16). Yang harus dijelaskan yaitu bagaimana bentuk hubungan yang meliputi variabel bebas dan variabel terikat, nilai estimasi atau nilai yang diharapkan dari setiap variabel independen dapat diketahui oleh

42

variabel dependen jika terjadi kondisi apa pun. Berikut adalah rumus persamaan

regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \cdots$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Variabel dependen

 $X_1 \& X_2 =$ Variabel independen

a = Konstanta

b1 & b2 = Koefisien Regresi

Sumber: (Zahrotun, 2019)

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) yang dipakai dalam mengukur keahlian model

untuk mengetahui total persentasi pemberian pengaruh variabel bebas dalam

model secara serentak memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas atau

dengan kata lain ingin menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel

independen dan dependen (Purwanto, 2019:63). Besarnya koefisien korelasi

berkisar antara +1 s/d -1. Jika (R2) nilainya besar atau mendekati satu, dapat

dinyatakan yaitu kemampun dalam menjelaskan variabel bebas adalah besar

terhadap variabel terikat. Ini berarti bahwa uji yang dipakai semakin kuat dalam

menjelaskan pengaruh kedua variabel tersebut.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan dalam menganalisa adanya signifikansi hubungan antar masing-masing variabel dimana variabel ini benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara parsial (Zahrotun, 2019:25). Kriterianya adalah sebagai berikut:

- Jika t hitung > t tabel yang diberikan probabilitas signifikan < 0.05, maka Ho
 diterima dan Ha ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen
 berpengaruh pada variabel independen
- 2) Jika t hitung < t tabel yang diberikan probabilitas signitifikan > 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam uji F ini, dipakai untuk memahami apa saja yang menjadi tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara simultan terhadap variabel independen yang diteliti (Zahrotun, 2019:23). Kriterianya yaitu F hitung > F tabel dan signya < 0,05.

