

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
OS STYLE HOTEL DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh

**Neny Kurniati
150610037**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
OS STYLE HOTEL DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh

**Neny Kurniati
150610037**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Neny Kurniati

Npm : 150610037

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OS STYLE HOTEL DI KOTA BATAM.

Adalah benar hasil karya saya 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 didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 21 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,



Neny Kurniati

150610037

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
OS STYLE HOTEL, DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
mendapatkan gelar sarjana

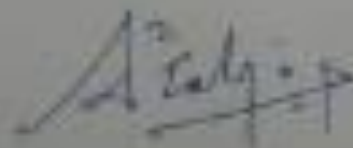
Oleh:

Neny Karnati

150610037

Telah disetujui pembimbing pada tanggal
Seperti yang tertera dibawah ini

Batam, 21 Februari 2020



Dr. Heafiz, S.Kom., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Saat ini perkembangan bisnis telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Salah satu perkembangan yang semakin ketat adalah perkembangan bisnis di bidang perhotelan. Persaingan hotel di Indonesia saat ini sangat ketat, khususnya di Kota Batam sebagai daerah industri dan perdagangan, Kota Batam juga di kembangkan sebagai daerah wisata. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam baik secara parsial maupun simultan. Di mana variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas, mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel dependen nya. Sampel para tamu yang menginap di OS Style Hotel di Kota Batam sebanyak 394 responden. Metode pengumpulan pengambilan sampel menggunakan aksidental sampling dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Jenis penelitian kuantitatif. kuantitatif meliputi uji validitas, reliabelitas, asumsi klasik, analisis linier berganda koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji f. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22. Hasil penelitian ini diketahui uji t dimana hasil uji t_{hitung} untuk kualitas pelayanan $2,221 > t_{tabel} 1,649$ nilai signifikan $0,035 < 0,05$ dan untuk fasilitas $3,125 > 1,649$, nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H1 diterima) dan fasilitas secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H2 diterima). Hasil uji f dimana $f_{hitung} 21,036 > f_{tabel} 3,02$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ hasil tersebut dapat disimpulkan kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H3 diterima).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Nowadays business development has been colored by various kinds of competition in all fields. These conditions cause businesses increasingly demanded to have the right strategy in meeting sales volume targets. One of the increasingly stringent developments is the development of business in the hospitality sector. Hotel competition in Indonesia is currently very tight, especially in Batam City as an industrial and trade area, Batam City is also being developed as a tourist area. The purpose of this study was to determine the effect of service and facility quality on consumer satisfaction at OS Style Hotel in Batam City, both partially and simultaneously. Where the independent variable, service and facility quality, influences customer satisfaction as the dependent variable. Samples of guests who entered the OS Style Hotel in Batam City were 394 respondents. The method of collecting samples using accidental sampling and data collection techniques using a questionnaire (questionnaire). Type of quantitative research. quantitative tests include validity, reliability, classic assumptions, multiple linear analysis of the coefficient of determination (R^2), t test and f test. The data of this study were processed using SPSS software version 22. The results of this study are known t -test where the results of the t -test for the quality of service $2,221 > \text{table } 1.649$ significant value $0.035 < 0.05$ and for facilities $3.125 > 1.649$, significant value $0.002 < 0.05$. Based on the results of the study it can be concluded that service quality is partially positive and significant effect on customer satisfaction ($H1$ accepted) and facilities partially also positively and significantly affect consumer satisfaction ($H2$ received). Test results f in which $f_{\text{count}} 21.036 > f_{\text{table}} 3.02$ and a significant value of $0.000 < 0.05$ these results can be concluded that the quality of service and facilities simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction ($H3$ received).

Keywords: *Service Quality; Facilities; Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang 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 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. Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ketua Program Studi Ibu Mauli Siagian S.Kom.,M.Si;
3. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Bapak Indra Setriadi selaku *Human Resource Manager* OS Style Hotel Batam;
6. Bapak Mahazar (alm) dan Ibu Haryati selaku orang tua kandung penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa;
7. Kakak saya Karmila, Fitriana, Nia Kurniati selaku kakak kandung yang saya cintai yang selalu memberikan doa dan dukungan;
8. Teman saya Fikardi, Safarudin, Al-Hilal Hamdi, yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi;
9. Para responden dan semua pihak yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 21 Februari 2020

Penulis
Neny Kurniati

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBARAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Dasar.....	13
2.1.1 Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.2 Manfaat Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.3 Unsur Penting Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.2 Fasilitas	17
2.1.2.1 Definisi Fasilitas	17
2.1.2.2 Fasilitas Hotel	17
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas.....	18

2.1.2.4 Indikator Fasilitas.....	18
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.3.3 Sebab Timbulnya Ketidakpuasan.....	21
2.1.3.4 Elemen Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.3.5 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.3.6 Indikator Kepuasan Konsumen.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	23
2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
2.6 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Operasional Variabel.....	32
3.2.1 Variabel Bebas.....	33
3.2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	33
3.2.1.2 Fasilitas.....	33
3.2.2 Variabel Terikat.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	37
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.2 Instrumen Penelitian.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	38
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	39
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	39
3.5.2.1 Uji Validitas.....	39
3.5.2.2 Uji Reliabilitas Data.....	41
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	42
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	43

3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas	44
3.5.4 Uji Pengaruh	44
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.5.4.2 Uji R ² (Analisis Determinasi)	45
3.5.5 Uji Hipotesis	46
3.5.5.1 Uji t (uji signifikansi koefisien regresi secara parsial).....	46
3.5.5.2 Uji f (uji signifikansi seluruh koefisien regresi secara serempak)	46
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	47
3.6.1 Lokasi penelitian	47
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Profil Responden.....	47
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.2 Analisis Deskriptif	51
4.1.2.1 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	51
4.1.2.2 Deskriptif Variabel Fasilitas	53
4.1.2.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.1.3.1 Uji Validitas	58
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Kalsik	61
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	61
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas	63
4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas	64
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh	66
4.1.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.1.5.2 R ² (Analisis Koefisien Determinasi)	68
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	68

4.1.6.1 Uji t (Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial)	68
4.1.6.2 Uji f (Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Secara Serempak)	69
4.2 Pembahasan.....	70
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
4.2.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	71
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Knsumen	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisman Ke Kota Batam	4
Tabel 1. 2 Jumlah Tamu Yang Menginap Di Os Style Hotel	5
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	42
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 5 Kriteria Analisis Deskriptif	51
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan .	51
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kpuasan Konsumen	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan X1	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Vaiditas Variabel Fasilitas X2.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen Y.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan X1	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas X2	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen Y	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kolomogorov-Smirnov	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji F.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Dengan Histogram.....	62
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Dengan P-Plot Regression Standarized.....	62
Gambar 4. 3 Grafik Uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	36
Rumus 3. 2 Rentang Skala	39
Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment.....	40
Rumus 3. 4 Conbrach Alpha	41
Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda	44
Rumus 3. 6 Koefisien Determinan	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Di tambah lagi dengan teknologi yang semakin berkembang kondisi tersebut menyebabkan pembisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mampu bersaing. Dalam meningkatkan persaingan setiap perusahaan harus dapat menyediakan produk/jasa yang terbaik dalam artian sesuai dengan selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Saat ini usaha yang semakin berkembang yaitu usaha dibidang perhotelan. Hotel merupakan salah satu usaha komersial dalam memberikan pelayanan akomodasi, fasilitas, makanan, minuman, transportasi, dan jasa lainnya (Arianto & Muhammmad, 2018: 108).

Perkembangan bisnis di bidang perhotelan tentu harus dapat memenuhi keinginan dari penggunanya terutama dalam hal kualitas dan pelayanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas konsumen dan dengan kualitas layanan yang baik, secara tidak langsung kepuasan konsumen akan didapat. Jika konsumen puas, mereka akan berkunjung kembali, bahkan mungkin merekomendasikannya kepada orang lain (Foster, 2016: 2).

Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu mesti dilakukan identifikasi unsur utama kualitas jasa dari penilaian konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi unsur-unsur jasa yang terpenting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian seperti apa yang diberikan pada pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan unsur-unsur tersebut.

Selain melakukan identifikasi terhadap unsur-unsur kualitas jasa diatas, perusahaan jasa juga harus bisa memberikan informasi kepada para pengunjung/tamu yang akan menginap di hotel tentang standar fasilitas yang dimiliki oleh hotel tersebut. Oleh sebab itu Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi melalui Direktorat Jendral Pariwisata telah mengeluarkan suatu regulasi usaha dan penggolongan hotel. hotel tersebut digolongkan dengan bintang yang disusun mulai dari hotel bintang 1 sampai dengan hotel bintang 5 (Alma, 2018: 293).

Batam terlahir menjadi kota industri di provinsi kepulauan Riau. Tetapi saat ini Kota Batam mencoba merubah kebijakan yg awalnya kota industri menjadi kota pariwisata karena pemerintah Kota Batam menilai industri tidak begitu menjanjikan lagi, dengan menjadikannya sebagai kota pariwisata. Hal tersebut dinilai mampu memberikan peluang pendapatan bagi Kota Batam itu sendiri mengingat Kota Batam juga berdekatan dengan Negara Singapura yang dapat di tempuh selama 30 menit menggunakan kapal feri sehingga banyak wisatawan luar negeri yang berkunjung ke Batam, baik yang hanya sekedar jalan-jalan sampai yang datang hanya untuk berbelanja. Begitu juga wisatawan domestik yang datang sekedar berwisata di Kota Batam atau hanya untuk sekedar

singgah untuk melanjutkan perjalanan. Dengan dijadikannya Kota Batam sebagai kota pariwisata ini berarti pelaku usaha jasa khususnya perhotelan mempunyai peluang yang bagus untuk membangun hotel di Kota Batam.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kota Batam, yang di akses pada tanggal 25 Agustus 2018 terdapat 224 hotel/akomodasi yang ada di Kota Batam pada tahun 2018 jika dibandingkan dengan tahun 2017 sebesar 213 hotel/akomodasi dimana 224,94 perusahaan/jasa akomodasi merupakan hotel berbintang dan 130 perusahaan/usaha jasa akomodasi merupakan hotel non bintang, dengan tingkat penghunian kamar (TPK) hotel yang berbintang di kota Batam pada bulan Desember 2018 mencapai rata-rata 65,63%, artinya naik 5,72 poin dibandingkn TPK Desember tahun 2017 yakni sebesar 59,91%.

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berlomba untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah untuk meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun selaku produsen perusahaan mesti memahami, bahwa semakin banyak konsumen maka akan semakin sulit mengenali konsumennya secara lebih teliti terutama tentang puas atau tidaknya konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dan alasan yang mendasarinya. Pada dasarnya, biaya untuk mendapatkan konsumen baru lebih besar daripada mempertahankan konsumen yang sudah ada. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan secara spesifik konsumen dan dapat mengatasi masalah tersebut (Iskandar, Nurmalina, & Riani, 2015: 52).

Melihat perkembangan usaha di bidang perhotelan mengalami peningkatan dari tahun ketahun, hal ini berarti kerjasama yang dilakukan pemerintah kota Batam dengan para pelaku usaha tentu berjalan dengan baik, hal ini juga tidak terlepas dari kunjungan wisatawan yang datang ke kota Batam mengalami peningkatan dalam dua tahu terakhir.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisman Ke Kota Batam

Periode Desember 2017-Desember 2018

No	Kebangsaan	Tahun	
		2017	2018
1	Singapura	1.089.139	1.308.739
2	Malaysia	2.64.330	310.160
3	Tiongkok	163.859	259.248
4	India	95.094	113.473
5	Korea selatan	62.669	71.741
6	Philipina	57.760	58.212
7	Jepang	42.243	40.673
8	Inggris	35.101	34.073
9	Australia	28.867	30.463
10	Amerika	22.194	23.300
11	Lainnya	278.706	386.182
12	Total	2.139.962	2.635.664

Sumber: BPS Batam

Berkaitan dengan tingkat penghunian hotel di kota Batam, dalam hal ini OS Style Hotel Batam yang terletak di kompleks Putri Hijau Jl. Letdjen R. Soeprapto, Sagulung Batam dilengkapi dengan 142 kamar dengan berbagai tipe seperti *superior, suite, deluxe, junior suite, double or twin, executive deluxe*, dan *executive*. Harga kamar yang terdapat di OS Style Hotel Batam bervariasi untuk tipe *delux* dengan fasilitas yang didapatkan seperti sarapan gratis, wifi gratis, dan

ruangan AC harganya Rp. 337.350 per malam, untuk tipe *executive* dengan fasilitas yang sama didapatkan, harganya Rp. 391.566 per malam.

Berikut terdapat data pengunjung pada OS Style Hotel Batam berdasarkan data satu tahun terakhir 2018.

Tabel 1. 2 Jumlah Tamu Yang Menginap Di OS Style Hotel
Periode Januari-Desember 2018

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	2.636
2	Februari	2.505
3	Maret	2.812
4	April	3.030
5	Mei	1.852
6	Juni	1.290
7	Juli	1.496
8	Agustus	1.603
9	September	1.562
10	Oktober	1.320
11	November	1.406
12	Desember	2.818
13	Total	24.330

Sumber: OS Style Hotel

Dilihat dari data pengunjung diatas pada bulan April mengalami peningkatan jumlah pengunjung di karenakan ada *event* selama 3 hari pengunjung *booking* hotel dari luar daerah. Kemudian pada bulan Desember ada peningkatan jumlah pengunjung dari bulan November sebelumnya dikarenakan pada bulan tersebut hari libur sekolah dan juga hari natal dan tahun baru. OS Style Hotel juga berusaha dalam mencari, menarik dan mempertahankan konsumennya. Untuk memuaskan konsumen nya OS Style Hotel kini tengah melakukan penambahan fasilitas kolam berenang agar tamu yg menginap bisa mendapatkan fasilitas

seperti hotel lainnya. Kemudahan untuk pemesanan kamar OS Style Hotel menyediakan pemesanan kamar secara online lewat website seperti Traveloka, Tiket.com, dll. Hal ini dilakukan OS Style Hotel agar tidak kalah dalam persaingan atas fasilitas dan pelayanan yang dilakukan oleh hotel lainnya.

Untuk meningkatkan nilai bisnis di bidang perhotelan di Kota Batam khususnya yang terdapat pada OS Style Hotel, hal ini tidak terlepas dari kualitas pelayanan (*service quality*). Perusahaan dapat mempertahankan konsumen mereka dengan memberikan pelayanan yang baik. Kualitas layanan yang baik mampu memberikan layanan yang melebihi harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan secara langsung dari kerja karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Jika kinerja karyawan kurang dari yang diharapkan, konsumen akan kecewa. Jika kinerja seperti yang diharapkan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang. Jika harapan konsumen terhadap layanan dipenuhi/dilampaui, itu akan menghasilkan kepuasan yang tinggi karena telah menciptakan kesenangan konsumen yang akan mempengaruhi pola perilaku yang mengarah ke loyalitas konsumen (Maeriyana, Soesilowati, & Rozi, 2019: 31).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh OS Style Hotel masih dikatakan kurang baik, hal ini dibuktikan oleh beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen lewat aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->, beberapa keluhan dari konsumen yang terdapat di aplikasi web resmi milik OS Style hotel yaitu karyawan hotel tidak mengetuk pintu kamar terlebih dahulu ketika memasuki

kamar konsumen sehingga konsumen merasa kecewa terhadap sikap yang ditunjukkan oleh karyawan hotel itu sendiri. Selanjutnya dalam proses *check-in* dan *check-out* kamar terdapat pelayanan yang lamban dari karyawan, hal ini juga memicu kekecewaan oleh konsumen dikarenakan kelalaian oleh pihak hotel dan yang terakhir saat melakukan pemesanan kamar sudah di *booking* lewat *web* tapi ketika akan *check-in* tamu dipindahkan ke *bookingan* kamar yang lain yang tidak sesuai dengan pemesanan lewat *web*.

Kurangnya pengecekan ulang ini mengakibatkan konsumen merasa diabaikan oleh pihak hotel dan merasa kecewa ini sangat memungkinkan penurunan jumlah pengunjung dimasa-masa yang akan datang dan mengakibatkan pendapatan operasional perusahaan juga ikut menurun. Dilihat dari beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen dalam hal kualitas pelayanan di OS Style Hotel diatas, maka peneliti menyimpulkan adanya kualitas pelayanan yang kurang memadai yang diberikan oleh OS Style Hotel Batam terhadap konsumennya. Kurang nya perhatian dalam hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen itu sendiri.

Disamping mementingkan kualitas pelayanan perusahaan akomodasi juga dituntut untuk memberikan fasilitas yang mumpuni bagi pelanggan ataupun konsumennya. Fasilitas sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen berupa segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh karyawan baik dalam hubungan langsung dengan pekerjaan maupun kelancaran pekerjaan. Fasilitas yang diberikan berupa suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk

barang-barang yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik. Fasilitas hotel yang dapat dinikmati oleh konsumen seperti lobi, jalan eksklusif ke pusat perbelanjaan, fasilitas penjemputan di bandara, *outlet* atau toko di sekitar hotel, ruang pertemuan, dokter 24 jam, proses *check-in/check-out* cepat, layanan kamar 24 jam, keamanan 24 jam, restoran, kolam renang, agen perjalanan (Nurchahyo, Fitriyani, & Hudda, 2018: 24).

Fasilitas yang terdapat pada OS Style hotel terdapat beberapa kekurangan yang menyebabkan konsumen merasa kecewa, ini dibuktikan keluhan konsumen lewat aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->, yaitu fasilitas AC kurang dingin, Wifi yang lambat, tidak terdapat fasilitas mandi seperti sabun di dalam toilet, air hangat di dalam toilet tidak berfungsi, kamar hotel yang sempit, dan tempat tidur yang kotor. Hal ini terjadi karena kurangnya ketelitian dari pihak hotel dalam hal penyediaan fasilitas untuk konsumennya. Sebagai salah satu perusahaan jasa yang menyediakan berbagai permintaan pelanggan tentunya harus lebih memfokuskan bagaimana agar pelanggan merasa puas terhadap apa yang akan diberikan akan tetapi hal ini belum ditemukan sepenuhnya di OS Style Hotel sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa.

Kurangnya penyediaan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel maka hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen hotel itu sendiri. Konsumen merasa senang atau kecewa setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya. Jika

kinerja cocok atau melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas. Jika tidak, konsumen akan kecewa (Al-Azzam, 2015: 48).

Disamping mementingkan pelayanan dan fasilitas tentunya tujuan dari meningkatkan dua faktor diatas tak lain adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. Konsumen yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang diberikan oleh pihak OS Style hotel, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. kualitas layanan yang baik dan profesional akan timbul kepuasan konsumen (Dora, 2017: 17).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi dihotel tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen OS Style Hotel Di Kota Batam**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka yang menjadi indentifikasi permasalahannya yaitu:

1. Banyaknya konsumen yang mengeluh di aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->. Fasilitas AC, Wifi, yang tidak berfungsi semestinya.

2. Fasilitas di dalam kamar mandi sering kedatangan tidak adanya sabun dan air hangat yang sering tidak berfungsi, juga banyak dikeluhkan konsumen di aplikasi Traveloka [https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam-](https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam)
3. Lambatnya proses *check-in* ataupun *check-out* sehingga konsumen harus menunggu lama.
4. Terdapat ketidaksesuaian ketika pemesanan kamar lewat *web* dan secara langsung sehingga menyebabkan konsumen kecewa.
5. Karyawan tidak mengetuk pintu terlebih dahulu ketika memasuki kamar konsumen yang memerlukan bantuan.
6. Kamar hotel yang terlalu sempit dan sering kedatangan tempat tidur yang masih kotor.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan indentifikasi yang telah disebutkan, perlu adanya batasan masalah sehingga pembahasan dalam penelitian ini akan lebih terfokus yakni hanya membahas yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang ditemukan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam?

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

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di OS Style Hotel Batam.
2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di OS Style Hotel Batam.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di OS Style Hotel Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua kalangan baik bagi peneliti itu sendiri, perusahaan, dan masyarakat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa menambah pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan untuk pihak manajemen OS Style Hotel.
3. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah hasil yang di dapatkan dari konsumen yang telah membandingkan persepsinya terhadap kualitas pelayanan dengan harapannya (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2011: 154). Kualitas layanan adalah hasil evaluasi konsumen terhadap kesempurnaan kinerja layanan. Kualitas layanan akan menentukan apakah penyampaian layanan yang dirasakan dapat memenuhi, melampaui atau tidak berhasil memenuhi harapan konsumen (Pasharibu, Paramita, & Febrianto, 2018: 244).

Kualitas layanan adalah perasaan seseorang setelah melakukan pembelian dan akan dibandingkan dengan harapannya terhadap kualitas layanan tersebut (Darmawan & Ridlwan, 2018: 111). Kualitas layanan adalah kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan layanan, produk, orang, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Laura, 2016: 158). Kualitas pelayanan adalah kewajiban bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan mendapatkan kepercayaan konsumen untuk memenuhi harapan konsumen (Jumawan, 2018: 389-390).

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu proses evaluasi persepsi seseorang tentang bagaimana membandingkan kesempurnaan kinerja pelayanan dengan harapannya dan bersifat dinamis.

2.1.1.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan memiliki banyak manfaat (Basir, Modding, Kamase, & Hasan, 2015: 2) seperti:

1. Memberikan keunggulan kompetitif untuk bisnis.
2. Membangun kepuasan pelanggan.
3. Loyalitas pelanggan.
4. Berkontribusi terhadap citra.

2.1.1.3 Unsur Penting Kualitas Pelayanan

Ada beberapa unsur penting yang dapat dilakukan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik (Rokhman, 2016: 333) yaitu:

1. Layanan yang cepat, kualitas layanan akan dapat terwujud jika mampu memberikan layanan yang cepat dan responsive terhadap konsumen.
2. Ketepatan, disamping ketepatan waktu pelayanan maka ketepatan mesti dapat dilakukan karena hal ini berkaitan dengan terwujudnya harapan konsumen.
3. Keramahan, keramahan ini terkait dengan sikap karyawan dalam menangani konsumen. Karyawan yang sopan, ramah, dan rapi akan memberikan kepuasan pada konsumen.

4. Kenyamanan, hal ini berkaitan dengan keamanan, dari tempat dan fasilitas yang diberikan pada konsumen.

2.1.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada sepuluh dimensi dari pelayanan, baik layanan yang diharapkan maupun layanan yang dirasakan (Salim, Rahayu, & Sudjatno, 2018: 524) yaitu:

1. Keandalan, yaitu mencakup pada konsistensi kerja dan kemampuan dipercaya. Hal ini berarti perusahaan akan memberikan layanan secara tepat sejak awal dan memenuhi janjinya.
2. Daya tanggap, hal ini berkaitan dengan kesiapan karyawan untuk melayani konsumennya.
3. Kompetensi, hal ini berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan tertentu pada konsumen.
4. Sopan santun, yaitu sikap ataupun keramahan dari karyawan dalam melayani konsumennya.
5. Kredibilitas, yaitu jujur dan dapat dipercaya hal ini berdampak pada karakteristik pribadi konsumen.
6. Keamanan, yaitu aman seperti finansial yang diberikan pada konsumen.
7. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk di temui dan di hubungi, seperti mudahnya menjangkau lokasi dan fasilitas pelayanan, waktu tunggu tidak terlalu lama, tersedianya saluran komunikasi yang mudah dihubungi.
8. Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang bisa dipahami konsumen serta selalu menanggapi keluhan dari konsumen.

9. Pemahaman konsumen, yaitu upaya dari penyedia layanan supaya dapat memahami konsumen.
10. Fasilitas fisik, yaitu segala bentuk bukti fisik seperti pegawai maupun peralatan.

2.1.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 Indikator (Suryani, 2013: 94-95) yaitu:

1. Bukti fisik (*tangible*), berkenaan dengan, fasilitas fisik, perlengkapan, daya tarik dan material yang digunakan, serta penampilan karyawan yang melayani.
2. Keandalan (*Reliability*), kemampuan perusahaan untuk memberikan keakuratan layanan sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan memberikan jasanya sesuai dengan waktu yang sudah disepakati.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), kesiapan serta kemampuan karyawan dalam membantu konsumen dan merespon permintaan konsumen dengan cepat dan tepat.
4. Jaminan (*Assurance*), karyawan yang mampu memberikan kepercayaan pada konsumennya akan dapat menumbuhkan rasa aman bagi konsumen.
5. Empati (*Empathy*) berkenaan dengan kemampuan dalam memahami masalah konsumen dan bertindak demi kepentingan konsumen.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Definisi Fasilitas

Fasilitas merupakan semua hal yang di sediakan oleh perusahaan secara sengaja hal tersebut dilakukan agar dapat dipakai serta dinikmati oleh oleh konsumennya yang bertujuan meningkatkan kepuasan yang meksimal (Suwandi, Mananeke, & Taroreh, 2015: 607).

Fasilitas yaitu segala bentuk peralatan yang bersifat fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk memberikan kenyamanan terhadap konsumen. (Kusuma, Suroija, & Supaya, 2018: 38). Fasilitas adalah sarana yang digunakan untuk memperlancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh perusahaan pada konsumen (Wibisono & Khasanah, 2015: 4).

Fasilitas yaitu berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Moha & Loindong, 2016: 577). Fasilitas adalah berupa sumber daya fisik yang sudah ada sebelumnya atau sebelum jasa tersebut dapat ditawarkan ke konsumen (Efendi & Zaini, 2018: 86).

Berdasarkan pemahaman diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan-perlekapan phisik yang dimiliki perusaan untuk menunjang kebutuhan konsumen serta dapat meningkatkan daya tarik dari penyedia jasa tersebut.

2.1.2.2 Fasilitas Hotel

Dalam mengoperasikan jasa, hotel harus memiliki fasilitas-fasilitas sebagai berikut (Alma, 2018: 292) yaitu:

1. Khusus dalam bidang perhotelan: Fasilitas penyediaan/penyewaan kamar, fasilitas penyediaan ruang konferensi.
2. Menyangkut urusan keuangan: Menyediakan penukaran valuta asing, *safety box* untuk keamanan harta benda bawaan konsumen.
3. Urusan makanan: Menyediakan kafetaria, restoran.
4. Bidang rekreasi: Hiburan band, buku petunjuk obyek wisata, kios souvenir, tempat bermain anak-anak.
5. Bidang hiburan: Band, nyanyi dan tari.
6. Bidang olahraga: Kolam renang, ruang fitness.
7. Bidang komunikasi/bisnis: Telepon, fax, foto copy.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Ada dua faktor yang ikut mempengaruhi fasilitas (Buchori, 2015: 14) yaitu

1. Kelengkapan, dengan lengkapnya fasilitas dalam sebuah layanan jasa akan dapat mendukung dan memudahkan kegiatan-kegiatan konsumen.
2. Praktikabilitas fasilitas, fasilitas dalam sebuah pelayanan jasa beragam, ada yang bersifat modern ada yang manual, fasilitas modern akan lebih dapat membantu konsumen memudahkan kegiatan-kegiatannya dikarenakan lebih praktis dan cepat.

2.1.2.4 Indikator Fasilitas

Untuk mengukur fasilitas suatu hotel ada 6 Indikator (Tjiptono, 2014: 161-162) yaitu:

1. Perencanaan spasial.

2. Perancangan ruangan.
3. Perlengkapan atau perabotan.
4. Tata cahaya.
5. Warna.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

2.1.3 Kepuasan Konsumen

2.1.3.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja jasa yang ia rasakan dengan harapannya (Abdullah & Tantri, 2012: 38). Kepuasan konsumen adalah hasil dari evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya atau hasil dari evaluasi purna beli (Yamit, 2013: 78). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau sebaliknya yang berasal dari hasil membandingkan antara kesannya terhadap kinerja produk yang sebenarnya dengan kinerja produk yang diharapkan (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018: 79).

Kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi konsumen setelah membeli suatu produk atau jasa, dan merasa bahwa barang ataupun jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau bahkan melebihi harapan mereka. (Mutmainnah, 2017: 206). Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau puas yang muncul dari konsumen dikarenakan kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi, meskipun harus melakukan usaha dan pengorbanan (Rasyid, 2017: 211).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan puas yang didapatkan oleh konsumen setelah menggunakan barang atau jasa, dikarenakan terwujudnya keselarasan antara apa yang di butuhkan dan diinginkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut meskipun harus melakukan usaha dan pengorbanan.

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Terdapat lima faktor utama yang perlu di perhatikan oleh perusahaan untuk menentukan tingkatan kepuasan konsumen (Nuridin, 2018: 22) yaitu:

1. Kualitas Produk, ketika produk maupun jasa yang diperoleh oleh konsumen memenuhi syarat dari apa yang diharapkan maka kosumen tersebut akan puas. Pelanggan yang rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang telah mereka lakukan untuk memperoleh produk. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan menciptakan nilai tambah di pikiran pelanggan.
2. Kualitas layanan, kualitas layanan terutama di bidang layanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka memperoleh layanan yang berkualitas atau seperti yang diharapkan mereka.
3. Emosional, konsumen akan merasa bangga ketika memiliki produk atau menggunakan jasa yang memiliki nilai yang tinggi hadapan social sehingga mereka juga merasa percaya diri dengan hal tersebut.
4. Harga, produk yang sama tetapi dapat diperoleh dengan harga yang lebih murah akan mendapatkan nilai tambah dari para konsumen.

5. Biaya, konsumen lebih cenderung puas dengan suatu produk atau pelayan jika dibandingkan mereka harus mengeluarkan biaya tambahan.

2.1.3.3 Sebab Timbulnya Ketidakpuasan

Terdapat beberapa sebab-sebab timbulnya rasa tidak puas terhadap sesuatu produk atau jasa antara lain (Manap, 2016: 387) yaitu:

1. Tidak sesuai apa yang diharapkan dengan kenyataan yang di peroleh.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personil atau karyawan kurang memuaskan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak mendukung.
5. Cost terlalu tinggi, disebabkan jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
6. Promosi/iklan tidak berkualitas, tidak sesuai dengan kenyataan.

2.1.3.4 Elemen Kepuasan Konsumen

Terdapat 5 elemen yang berkaitan dengan kepuasan konsumen (Priansa, 2017: 210-211).

1. Harapan (*Expectations*), konsumen mengharapkan barang atau jasa yang mereka peroleh sesuai dengan apa yang diharapkan. Kesesuaian barang atau jasa yang di peroleh akan menyebabkan konsumen merasa puas.
2. Kinerja (*Perfomance*), pengalaman konsumen pada kinerja actual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi dengan harapan mereka. Berhasilnya kinerja actual dari barang atau jasa maka konsumen akan menjadi puas.

3. Perbandingan (*Comparison*), perbandingan harapan kinerja barang ataupun jasa sebelum membelin dengan persepsi kinerja actual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan menjadi puas ketika harapan yang sebelum pembelian selaras atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja actual produk.
4. Pengalaman (*Experience*), harapan konsumen dapat dipengaruhi oleh pengalaman konsumen itu sendiri terhadap pengalaman mereka dari yang berbeda pada orang lain.
5. Konfirmasi (*confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*), konfirmasi atau terkonfirmasi akan terjadi jika harapan selaras dengan kinerja actual produk, dan sebaliknya diskonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau sebaliknya dari kinerja actual produk. Konsumen dapat merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.

2.1.3.5 Dimensi Kepuasan Konsumen

Terdapat 3 dimensi yang dapat menentukan kepuasan konsumen yaitu: (Sudjianto & Japariato, 2017: 55-56).

1. *Satisfaction as fulfillment* adalah respon konsumen yang telah puas karena kebutuhan ataupun keinginan mereka terpenuhi. Dan juga bisa dilihat sebagai respon yang pasif (*contentment*) yang berarti bahwa konsumen tidak terlalu banyak berfikir dalam sebuah kualitas layanan yang mereka peroleh.
2. *Satisfaction as pleasure* adalah respon konsumen yang bahagia dan senang berhubungan dengan perusahaan (bertransaksi). Juga merupakan respon

konsumen yang sangat puas atau lega karena adanya beberapa penghapusan hal yang negative oleh perusahaan secara cepat.

3. *Satisfaction as ambivalence* adalah mix feeling yang mana konsumen mempunyai pengalaman positif dan negative terhadap suatu barang atau jasa yang dikonsumsinya.

2.1.3.6 Indikator Kepuasan Konsumen

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terdapat 3 indikator yang digunakan yaitu: (Kotler & Keller, 2016: 155).

1. Keinginan melakukan pembelian kembali
2. Kesiediaan merekomendasikan
3. Kesesuaian harapan

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian Laura (2016) yang berjudul *The Effect Of Trust And Service Quality Toward Patient Satisfaction With Customer Value As Intervening Variable*, ditemukan metode dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling dan analisis data menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0 dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif tetapi tidak secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, kepercayaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara negatif tetapi secara signifikan mempengaruhi nilai pelanggan, kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan, kualitas layanan yang mempengaruhi nilai pelanggan secara positif dan signifikan, nilai pelanggan

yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, intervensi nilai pelanggan pada kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan yang berpengaruh negatif dan signifikan, dan intervensi nilai pelanggan pada kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak positif tetapi tidak signifikan (Laura, 2016: 157).

Penelitian Basir (2015) yang berjudul *Effect of Service Quality, Orientation Services and Pricing on Loyalty and Customer Satisfaction in Marine Transportation Services*, dalam penelitian ini alat analisis menggunakan Structural Equation Model menggunakan bantuan AMOS 18. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan orientasi layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kemudian harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi memberikan nilai positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Orientasi layanan tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Basir, 2015: 5).

Penelitian Rokhman (2016) yang berjudul *Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus*, dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan analisis

data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS 18.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa angsuran dan kualitas pelayanan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan. Sedangkan biaya pinjaman tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan (Rokhman, 2016: 326).

Penelitian Rasyid (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek, dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan AMOS versi 19.00. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dihasilkan juga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya dari hasil penelitian akhir juga bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada hubungan kausal kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Selain kualitas layanan didapatkannya juga pengaruh positif atas pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Rasyid, 2017: 222).

Penelitian Darmawan dan Ridlwan (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah, dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* data diolah menggunakan metode regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Darmawan & Ridlwan, 2018: 113).

Penelitian Mutmainnah (2017) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah*, dalam penelitian ini menganalisis data menggunakan pemodelan persamaan structural, dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah tabungan. Sedangkan kepuasan ternyata tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Mutmainnah, 2017: 213).

Penelitian Salim (2018) yang berjudul *Effect Of The Service Quality On Tutoring Customer's Word Of Mouth And Satisfaction In Malang City*, ditemukan metode dalam penelitian ini untuk mengolah data dengan menggunakan teknik purposive sampling dan teknik analisis data menggunakan Parsial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan mempengaruhi dari mulut ke mulut pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan tidak terbukti memediasi pengaruh kualitas layanan dari mulut ke mulut karena kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dari mulut ke mulut (Salim, 2018: 522).

Penelitian Irma Nurcahyo, Fitriyani dan Hudda (2017) yang berjudul *The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta*, ditemukan metode dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dan teknik analisis menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

fasilitas, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan secara simultan atau parsial. Selain itu, variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Nurchahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017: 23).

Penelitian Wibisono dan Khasanah (2015) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pondok Tingal Di Kabupaten Magelang, ditemukan metode dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang, kemudian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pondok Tingal di Kabupaten Magelang (Wibisono & Khasanah, 2015).

Penelitian Arianto dan Muhammad (2018) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa, ditemukan metode dalam penelitian menggunakan teknik analisis data deskriptif dan uji regresi linier berganda dan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dan pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sementara hasil secara simultan fasilitas

dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Arianto & Muhammad, 2018).

Penelitian Foster(2016) yang berjudul *The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction in Mutiara Hotel Bandung*, ditemukan metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikasi dan pengujian hipotesis dilakukan melalui uji statistic. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh signifikan sebesar 3,86 terhadap variabel harga; 3,54 untuk kualitas layanan variabel. Sedangkan pada pengaruh harga, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43,5%, dan 56,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti (Foster, 2016: 1).

Penelitian Dora (2017) yang berjudul *Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung*, ditemukan dalam penelitian ini menggunakan metode survei dan data dianalisis menggunakan perangkat lunak Structural Equation Modeling (SEM) dengan AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif kualitas layanan terhadap kepuasan, kemudian ada pengaruh yang signifikan dan positif fasilitas pendidikan terhadap kepuasan, dan ada pengaruh yang signifikan dan positif metode pembelajaran terhadap kepuasan, dan ada pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan terhadap loyalitas (Dora, 2017: 25).

Penelitian Aswad, Realize dan Wangdra (2018) yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air

Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center, ditemukan metode dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling dan analisis teknis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kemudian harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center (Aswad, Realize & Wangdra 2018: 84).

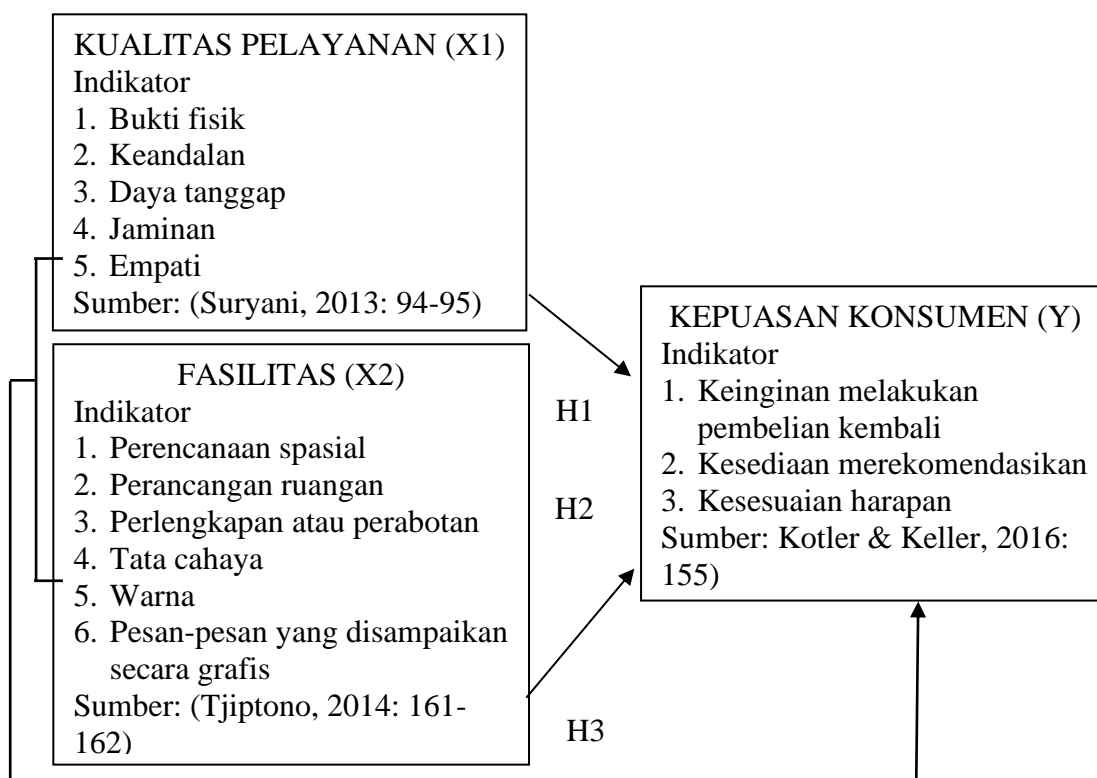
Penelitian Nuridin (2018) yang berjudul *Effect of Service Quality and Quality of Products to Customer loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable in PT. Nano Coating Indonesia*, ditemukan metode dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh (sensus) dan dalam penelitian ini data diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS ver.22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nano Coating Indonesia dan kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nano Coating Indonesia. Kualitas layanan dan kualitas produk secara tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. Nano Coating Indonesia (Nuridin, 2018).

Penelitian Kusuma (2018) *Analysis The Influence Of Document Service Quality, Facility, And The Use Of Acceptance Online Module Technology Toward Service User Satisfaction (Case Study At Kppbc Tmp-A Semarang)*, ditemukan metode dalam penelitian ini teknik analisis regresi linier berganda. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa kualitas layanan dokumen, fasilitas, dan penggunaan teknologi penerimaan modul online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa di KPPBC TMP-A Semarang. (Kusuma, 2018: 33).

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir membentuk serangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep tersebut yang dirumuskan berdasarkan tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang disusun dan hasil-hasil penelitian yang terdahulu yang terikat (Sugiyono, 2018: 91).



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti (2020)

2.6 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H1: Diduga Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen OS Style Hotel di Kota Batam.

H2: Diduga Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen OS Style Hotel di Kota Batam.

H3: Diduga Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen OS Style Hotel di Kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kausalitas. Metode penelitian kausalitas digunakan peneliti untuk mengetahui kemungkinan hubungan sebab akibat antar variabel. Dalam desain ini, secara umum sebab-akibat sudah dapat diperidiksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab dan variabel terikat (Sujarweni, 2015: 72).

Jenis penelitian ini menggunakan Teknik analisis kuantitatif. Tujuan penelitian ini bersifat menjelaskan, menggambarkan, dan memaparkan variabel yang akan diteliti. Data dikumpulkan dari responden (bagian dari populasi) dengan melakukan survei melalui penyebaran angket atau kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dalam penelitian ini, diperkuat dengan penyajian data dalam bentuk tabel, grafik dan gambar, dengan analisis dan diskusi bermanfaat untuk memperkuat penjelasan dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan pada OS Style Hotel di Kota Batam.

3.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah atribut, nilai/sifat dari objek, individu atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu antara satu dan yang lain yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasi yang terkait dengannya dan di tarik kesimpulan. (Sinambela, 2014: 46). Dalam

penelitian ini terdapat variabel bebas (variabel *independen*) dan variabel terikat (variabel *dependen*).

3.2.1 Variabel Bebas

Variabel bebas atau juga di sebut variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau juga disebut variabel dependen. (Sinambela, 2014: 47). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2).

3.2.1.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah satuan aktivitas dan program yang dikerjakan oleh ritel sebagai penghargaan terhadap konsumen dengan membangun pengalaman berbelanja yang menyenangkan (Dharmawan & Kristianingsih, 2018: 462). Indikator dari kualitas pelayanan yaitu: (Suryani, 2013: 94-95).

1. Bukti fisik (*Tangible*).
2. Keandalan (*Reliability*).
3. Daya tanggap (*Resvonsiveness*).
4. Jaminan (*Assurance*).
5. Empati (*Empathy*).

3.2.1.2 Fasilitas

Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya (Dharmawan & Kristianingsih, 2018: 462). Indikator dari fasilitas yang digunakan yaitu: (Tjiptono, 2014: 161-162).

1. Perencanaan spasial.
2. Perancangan ruangan.
3. Perlengkapan atau perabotan.
4. Tata cahaya.
5. Warna.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

3.2.2 Variabel Terikat

Variabel terikat atau juga disebut variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau disebut juga independen. (Sinambela, 2014: 48). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepuasan konsumen (Y). Kepuasan konsumen adalah “perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Dharmawan & Kristianingsih, 2018: 462) Indikator dari kepuasan konsumen yaitu: (Kotler & Keller, 2016: 155).

1. Keinginan melakukan pembelian kembali
2. Kesiediaan merekomendasikan
3. Kesesuaian harapan

3.3 Populasi dan Sampel

Data adalah faktor yang sangat penting dikarena dari data tersebut seorang peneliti bisa melaksanakan sebuah penelitian. Sebuah Data didapatkan dari penelitian yang dilaksanakan dari semua anggota populasi atau cukup dari

sebagian anggota populasi dan kesimpulan yang akan didapatkan berlaku untuk setiap populasi yang ada. (Sanusi, 2011: 87)

3.3.1 Populasi

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga bisa objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan dari jumlah yang ada pada objek/ subjek tetapi meliputi semua karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subjek/objek itu. Satu orang dapat digunakan sebagai populasi, karena berbagai karakteristik misalnya gaya bicara, disiplin, hobi, cara bergaul dan kepemimpinannya. (Sinambela, 2014: 94). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para tamu yang menginap di OS Style Hotel di Kota Batam 24.330 periode Januari-Desember 2018.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian, sehingga sampel yang diambil haruslah dapat memberikan gambaran yang benar dari populasi (Sinambela, 2014: 95).

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* atau sampling kebetulan, karena tamu hotel sangat besar maka tamu hotel sangat sulit untuk diidentifikasi satu persatu dan membutuhkan waktu penelitian yang lama. *Accidental Sampling* atau Sampling kebetulan adalah bentuk sampling nonprobabilitas dimana anggota sampelnya yang dipilih diambil berdasarkan kemudahan mendapatkan data yang diperlukan atau dilakukan seadanya, seperti mudah ditemui atau dijangkau atau kebetulan ditemukan (Sinambela, 2014: 103).

Agar sampel dapat mewakili, maka jumlah sample dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Sumber: Sanusi (2011: 101)

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi adalah 24.330

e^2 = kelonggaran ketidaktelitian disebabkan salah pengambilan sampel yang dapat ditolerir 5%;

1 = konstanta

Berdasarkan penelitian ini jumlah populasi responden pada periode Januari-Desember 2018 sebanyak 24.330 tamu yang menginap di OS Style Hotel di Kota Batam, toleransi kelonggaran ketidaktelitian ditetapkan sebesar 5%. Hasil dari perhitungan teknik pengambilan sampel dengan rumus slovin tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{24330}{1 + 24330(5\%)^2}$$

$$n = \frac{24330}{1 + 24330(0.05)^2}$$

$$n = \frac{24330}{1 + 24330(0.0025)}$$

$$n = \frac{24330}{1 + 60.825}$$

$$n = \frac{24330}{61.825}$$

$n = 393,5$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 393,5 orang dan dibulatkan menjadi 394 orang. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 394 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penting untuk penelitian, karena teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan tes, wawancara, observasi, kuesioner, survey dan analisis dokumen. (Sujarweni, 2015: 93-95). Dalam penelitian ini teknik untuk mengumpulkan data menggunakan metode kuisisioner, yakni dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sujarweni, 2015: 94).

Data primer adalah data dari hasil penelitian langsung di lapangan pada tamu yang menginap di OS Style Hotel di Kota Batam melalui penyebaran kuisisioner. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh langsung dari peneliti melalui buku, jurnal dan artikel. Data ini digunakan sebagai dukung untuk data primer dalam penelitian.

3.4.2 Instrumen Penelitian

Aktivitas dalam perencanaan penelitian adalah mengumpulkan data sesuai masalah yang diteliti. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner

(daftar pertanyaan atau pernyataan). Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada 394 konsumen sebagai responden. Ada tiga instrumen kuesioner dalam penelitian ini yaitu angket kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen.

Pengukuran skala yang digunakan dalam angket kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu. Penggunaan dalam skala linkert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator kemudian dijadikan sebagai titik untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju dan (5) sangat setuju. (Hermawan & Yusran, 2017: 87-88).

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Jawaban	Skore
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu/ netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Hermawan & Yusran, 2017: 87-88)

3.5 Metode Analisis Data

Dalam melengkapai analisis kuantitatif maka peneliti memerlukan metode analisis data yang benar. Metode analisis yang bisa membantu untuk pengujian dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 22. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) merupakan program komputer yang digunakan untuk menganalisis statistika. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu:

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 2018: 207-208).

Dalam analisis deskriptif ini membahas tentang informasi atau menggambarkan variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) dan juga variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Dalam menganalisis deskriptif menggunakan pengujian hipotesis deskriptif. Penyajiannya dalam bentuk tabel atau grafik termasuk dalam perhitungan rata-rata juga, standar deviasi. Untuk menentukan kriteria analisis deskriptif dapat menggunakan rumus rentang skala (Peneliti, 2020)

$$\frac{Rs=n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

$$\begin{aligned} &= \frac{394 (5-1)}{5} \\ &= 315,2 \\ &= 316 \end{aligned}$$

Keterangan:

n=Jumlah populasi

m= Jumlah alternatif jawaban tiap item

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur yang digunakan mampu mengukur apa yang ingin diukur, dari uji tersebut dapat

diketahui item-item pertanyaan yang diajukan dalam kousioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan dapat menyempurnakan kuesioner (Wibowo, 2012: 35).

Dalam membuktikan pengujian valid dan tidaknya item dari kuesioner dapat dilakukan dengan melihat jumlah koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Analisis ini dilakukan dengan menghubungkan skor dari masing-masing item dengan skor totalnya. Nilai total semua item memiliki skor total item. Item yang memiliki korelasi signifikan dengan skor total dapat diartikan bahwa item tersebut memiliki makna serta memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diteliti oleh peneliti (Wibowo, 2012: 35-36).

Berdasarkan nilai koefisien korelasi product moment dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment

Sumber: (Wibowo, 2012: 35-36)

Keterangan:

r_{xy} = Koefesien dari korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

n = Jumlah dari banyaknya subjek

Untuk memuktikan pengujiannya bisa menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Untuk diterima atau tidaknya suatu data atau data tersebut dapat dikatakan valid atau tidak kriterianya sebagai berikut (Wibowo, 2012: 37)

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan mempunyai hubungan yang signifikan, maka item tersebut dinyatakan valid,
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak mempunyai hubungan yang signifikan, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Fungsi dari uji reliabilitas untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Untuk menemukan jumlah angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Conbrach Alpha* (Wibowo, 2012: 52) dengan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Rumus 3. 4 Conbrach Alpha

Sumber: (Wibowo, 2012: 52)

Keterangan:

r_{11} = Reabilitas instrumennya

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah variasi pada butirannya

$\sigma^2 t$ = Varian totalnya

k = Jumlah butiran pertanyaan

Dalam membuktikan nilai uji dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0.05. Diterima dan tidaknya suatu data reliabel jika, nilai $\alpha \geq$ nilai kritis *product moment* atau nilai r tabel. Bisa dilihat dengan menggunakan nilai batas penentuan contohnya 0.6 nilai yang dibawah dari 0.6 dinyatakan mempunyai reliabilitasnya kurang sedangkan nilai 0.7 diterima dan nilai diatas 0.8 dianggap baik (Wibowo, 2012 : 53). Adapun indeks koefisien reliabilitas memiliki kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
0,80-1,00	Sangat Tinggi
0,60-0,799	Tinggi
0,40-0,599	Cukup
0,20-0,399	Rendah
<0,20	Sangat Rendah

Sumber: (Wibowo, 2012 : 53)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam menguji regresi dan korelasi adalah data harus memenuhi prinsip BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Suatu model regresi yang dapat memberikan nilai estimasi atau prakiraan linier yang paling baik didapatkan dari metode kuadrat terkecil yang umum, atau *Ordinary Least Square*. Untuk mendapatkan BLUE syarat minimum yang harus ada pada data tersebut dikenal dengan uji asumsi klasik, adapun ujinya (Wibowo, 2012: 87).

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable bebas memiliki distribusi normal. Uji normalitas berguna untuk

mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak normal (Wibowo, 2012: 61). Suatu data yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng (*bell shaped curve*). Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit. Uji ini dapat dilihat pada diagram Normal *P-Plot Regression Standarize* dimana keberadaan titik-titik berasal disekitar garis. Namun untuk lebih meyakinkan lagi bahwa data benar-benar memiliki distribusi normal diuji dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan syarat bahwa kurva nilai residual tersatandarisasi memiliki sebaran data normal jika: (Wibowo, 2012: 72).

1. Nilai Kolmogorv-Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$;
2. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Didalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, artinya tidak boleh ada hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi. Pendeteksian multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai Variance Inflation Factors (VIF). Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel independent, dan sebaliknya, jika nilai $VIF > 10$, sehingga asumsi model tersebut mengandung multikolinearitas. (Basuki & Prawoto, 2016: 61-62).

3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residul dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan jika hasil nilai signifikansi > nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda memiliki pola teknis dan substansi yang sama dengan analisis regresi linear sederhana bedannya terdapat dalam jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas jumlahnya lebih dari satu buah yang kemudian akan dianalisis sebagai variabel yang memiliki hubungan, pengaruh, dengan, dan terhadap variabel yang dijelaskan atau variabel dependen.

Penggunaan model regresi sebagai alat uji akan memberikan hasil yang baik jika dalam model tersebut data memiliki syarat tertentu. Diantara syarat tersebut data yang digunakan memiliki tipe data bersekala interval atau rasio data memiliki distribusi normal memenuhi uji asumsi klasik.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Wibowo, 2012: 127)

Keterangan:

Y = variabel dependen

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x_1 = variabel independen pertama

x_2 = variabel independen kedua

x_3 = variabel independen ketiga

X_n = variabel ke n

3.5.4.2 Uji R^2 (Analisis Determinasi)

Analisis Determinasi berguna untuk mengetahui jumlah atau presentase dari pengaruh variabel independen dalam model regresi yang bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang diperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien angka berguna untuk mengukur sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat) (Wibowo, 2012: 135).

Rumus mencari Koefisien Determinasi secara umum adalah sebagai

berikut :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Rumus 3. 6 Koefisien Determinan

Sumber: (Wibowo, 2012 : 136)

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

SSR = Sum of squares regression

SST = Sum of squares Total

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji t (uji signifikansi koefisien regresi secara parsial)

Uji signifikansi setiap koefisien regresi diperlukan untuk menentukan signifikansi tidaknya pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji signifikansi secara parsial berguna untuk menguji hipotesis dalam penelitian. Nilai yang bias digunakan untuk pengujian adalah nilai t_{hitung} .

Jika: $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima

$t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

(Sanusi, 2012: 138)

3.5.5.2 Uji f (uji signifikansi seluruh koefisien regresi secara serempak)

Uji model nama lain yang sering disebut untuk menguji signifikansi seluruh koefisien regresi secara serempak. Nilai f_{hitung} yang digunakan untuk melakukan uji serempak. Nilai f_{hitung} berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) saat melakukan uji f, sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi (R^2). Uji F menunjukkan berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara bersama-sama, dijawab oleh R^2 , sedangkan signifikan atau tidaknya dijawab oleh uji f berdasarkan pengertian diatas, nilai koefisien determinasi (R^2) dan uji f untuk menentukan baik tidaknya model yang digunakan. Makin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) dan signifikansi maka semakin baik model tersebut.

Jika: $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

(Sanusi, 2012: 137-138)

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi penelitian

OS Style Hotel yang berada di dikompleks Putri Hijau Jl. Letdjen R. Soeprapto, Sagulung Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal untuk melaksanakan penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini, penelitian merupakan waktu yang digunakan peneliti dari awal ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian

Keterangan	September 2019	Oktober 2019	November 2019	Desember 2020	Januari 2020	Februari 2020
Pengajuan Judul						
Bab 1						
Bab 2						
Bab 3						
Kuesioner						
Olah Data						
Bab 4						
Bab 5						
Daftar Pustaka						
Daftar Isi						
Abstrak						
Penyerahan Hasil Penelitian						

Sumber: Peneliti (2020)