

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
BLITZ HOTEL**

SKRIPSI



Oleh

Sry Yuni Damayanti

180910247

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
BLITZ HOTEL**

SKRIPSI

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



Oleh

Sry Yuni Damayanti

180910247

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Sry Yuni Damayanti. S
NPM : 180910247
Falkultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG BLITZ HOTEL

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

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 28 Januari 2023



Sry Yuni Damayanti. S
180910247

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
BLITZ HOTEL**

SKRIPSI

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

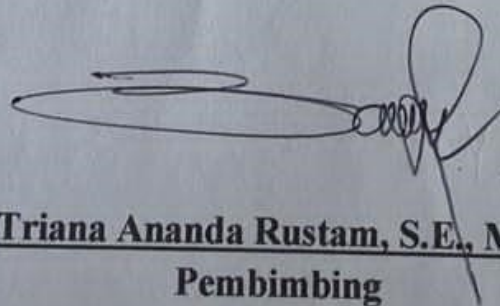
Oleh

Sry Yuni Damayanti

180910247

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

Batam, 28 Januari 2023



**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M
Pembimbing**

ABSTRAK

Dalam penelitian ini peneliti menyelidiki pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Blitz Hotel. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Survei memiliki populasi sebanyak 14752 dan setelah dihitung menggunakan rumus Slovin, sampel yang dihasilkan adalah 100 sampel. Penelitian ini menggunakan alat pengolah data yaitu SPSS versi 25 dan temuan dengan diketahui t hitung $2,046 > 1,66023$ dan nilai signifikansi $0,055 > 0,05$. Ini sebagian berarti bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif yang kecil terhadap kepuasan pengunjung Blitz Hotel. Fasilitas tersebut diketahui dengan t hitung $13,715 > 1,66023$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Blitz, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan pengunjung dan fasilitas. Hal ini terlihat dari nilai F hitung untuk variabel kualitas pelayanan instansi dan kepuasan pelanggan sebesar 349.870 (F hitung) $> 2,14$ (F tabel) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas pelayanan; fasilitas; Kepuasan Pengunjung.

ABSTRACT

In this study researchers investigated the effect of service quality (X1) and facilities (X2) on visitor satisfaction (Y) at Blitz Hotel. The method used by researchers in this study is a quantitative method and data collection by distributing questionnaires. The survey has a population of 14752 and after being calculated using the Slobin formula, the resulting sample is 100 samples. This study used a data processing tool, namely SPSS version 25 and found that t count was $2.046 > 1.66023$ and a significance value of $0.055 > 0.05$. This partially means that service quality has a small positive impact on visitor satisfaction at Blitz Hotel. The facility is known by t count $13.715 > 1.66023$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. This means that facilities have a positive and significant effect on visitor satisfaction at the Blitz Hotel, and there is a positive and significant effect between the variables of visitor service quality and facilities. This can be seen from the calculated F value for the variable agency service quality and customer satisfaction of 349,870 (F count) > 2.14 (F table) with a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Service quality; facility; Visitor Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

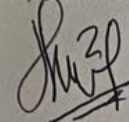
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas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

Penulis 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 berwujud 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. Hendri Herman, S.E., M.Si. , selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. , selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E.,M.M, selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Universitas Putera Batam yang sudah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan
6. Bapak M.Khoiri.S.Pd.,M.Pd. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
7. Kedua orang tua saya, saudara kandung saya, dan seluruh keluarga besar yang telah mendukung dan menyemangati saya
8. Seluruh sahabat dan teman saya, khususnya teman seperjuangan saya mahasiswa program studi manajemen yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama perkuliahan dan dalam masa penyusunan skripsi ini.
9. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan membalas kebaikan kita semua, Amin.

Batam, 28 Januari 2023



Sry Yuni Damayanti.S

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Kualitas Pelayanan	14

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.3 Manfaat Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.1.1 Fasilitas	18
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas	18
2.1.2.2 Manfaat Fasilitas	19
2.1.2.3 Penawaran Jasa Fasilitas	19
2.1.2.4 Indikator Fasilitas.....	20
2.1.3 Kepuasan Pengunjung.....	21
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	21
2.1.3.2 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	22
2.1.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	23
2.1.3.4 Indikator Pengukuran Kepuasan Pengunjung	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	28
2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung	28
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III.METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Sifat Penelitian	30
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	30
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.3.2 Jadwal Penelitian.....	31
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.....	33
3.5.1 Data Primer	33
3.5.2. Data Sekunder.....	33
3.6 Metode Pengumpulan Data	33
3.6.1. Kuisisioner.....	33
3.7 Operasional Variabel.....	34
3.7.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	34
3.8 Metode Analisis Data.....	37
3.8.4 Uji Pengaruh	40
3.8.5 Uji Hipotesis	42
BAB IV.HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.2.1 Profil Responden.....	45
4.2.2 Deskripsi Karakter Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.3 Deskripsi Karakter Berdasarkan Usia	46
4.2.4 Deskripsi Karakter Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	47
4.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas pelayanan.....	47
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas	48
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengunjung.....	49
4.4 Analisis Data	50
4.4.1 Uji Validitas	50
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	51
4.4.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)	52
4.4.1.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan pengunjung (Y)	52

4.4.2 Uji Reabilitas.....	53
4.4.3 Uji Normalitas.....	54
4.4.4 Uji Multikolinieritas.....	55
4.4.5 Uji Heterokedastisits	56
4.4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	57
4.4.7 Uji Determinasi (R2).....	58
4.8 Pengujian Hipotesis.....	59
4.8.1 Hasil Uji T.....	59
4.8.2 Hasil Uji F	60
4.9 Implikasi Hasil Penelitian	62
BAB V.SIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	68
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	102
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Pada Histogram ... Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4. 2 P Plot Normalitas	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data komplain mengenai Pelayanan pada Blitz Hotel	4
Tabel 1. 2 Data komplain mengenai Fasilitas pada Blitz Hotel	7
Tabel 1. 3 Jumlah pengunjung yang memesan kamar pada Blitz Hotel Periode Agustus 2021- Juli 2022	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> pada teknik pengumpulan data	34
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	38
Tabel 4. 1 Status Kuesioner.....	45
Tabel 4. 2 Deskripsi Karakter Responden Berdasarkan Jenis kelamin	46
Tabel 4. 3 Deskripsi Karakter Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 4 Deskripsi Karakter Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 5 Analisis deskriptif Kualitas pelayanan	48
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas	49
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengunjung.....	50
Tabel 4. 8 Uji Validitas Pertanyaan Kualitas Pelayanan (X1)	51
Tabel 4. 9 Uji Validitas Pernyataan Fasilitas (X2).....	52
Tabel 4. 10 Uji Validitas Prnyataan Kepuasan Pengunjung (Y).....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisits	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Resgresi Linear Beranda.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Determinasi.....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji T	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	31
Rumus 3. 2 Rentang Skala	37
Rumus 3. 3 <i>Koefisien korelasi</i>	38
Rumus 3. 4 Realibilitas Cronbach Alpha	39
Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda	40
Rumus 3. 6 Koefisien Determinasi	41
Rumus 3. 7 Uji T	42
Rumus 3. 8 Uji F	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika seseorang atau kelompok mengunjungi berbagai tujuan, mereka terlibat dalam pariwisata. Perekonomian negara berkembang sangat bergantung pada sektor pariwisata. Indonesia adalah negara berkembang, tetapi banyak daya tarik wisatanya seperti sejarah budaya dan sejarahnya yang kaya serta pemandangannya yang menakjubkan memiliki potensi untuk meningkatkan taraf hidup dan prospek ekonomi warganya (Patra, 2019). Wisatawan berduyun-duyun ke Kota Batam. Ada pantai di seluruh area, dan kota itu sendiri memiliki pemandangan alam yang indah. Kota Batam di Pulau Sumatera memiliki jumlah penduduk terbanyak keempat setelah Lampung, Medan, dan Palembang (Arisandi 2018: 109). Batam merupakan megalopolis yang unik karena mencakup beberapa pulau kecil, seperti Galang, Lempang, dan Batam.

Dilaporkan sebagai kota terpadat keempat di Sumatera setelah Lampung, Medan, dan Palembang, Batam adalah kota terbesar di Kepulauan Riau (Arisandi 2018:109). Batam merupakan kota yang terletak di beberapa pulau kecil, antara lain Galang, Lempang, dan Batam, menjadikannya lokasi yang prima. Jembatan Belerang menghubungkan pulau-pulau ini, yang terletak di dekat Malaysia dan Singapura. Kota Batam di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Batam, yang saat ini

dikenal sebagai BP Kota Batam, berpenduduk hanya 6.000 pada tahun 1970-an, tetapi 158 kali lipat dari jumlah itu 40 tahun kemudian.

Jika daya tarik kota Batam bagus maka akan terbentuk kepuasan wisatawan. Untuk menciptakan traveler yang loyal, Anda harus bahagia terlebih dahulu. Kepuasan ini berasal dari umpan balik positif tentang layanan dan produk kami. Batam memiliki citra sebagai kota wisata yang aktif mengelola sumber daya pariwisata. Penyelenggaraan kepariwisataan Kota Batam didukung oleh kemudahan akses dan keberadaan amenitas wisata, fasilitas umum, dan daya tarik wisata pada lokasi geografis tertentu dalam beberapa wilayah administratifnya.

Banyaknya wisatawan mancanegara maupun penduduk Indonesia yang datang ke Kota Batam untuk sekedar berlibur atau bermalam merupakan hasil dari lokasinya yang sangat strategis. Kedekatan Kota Batam dengan Malaysia dan Singapura menjadi salah satu faktor yang menarik begitu banyak wisatawan mancanegara. Mengingat jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara, jelas persaingan bisnis semakin tidak terkendali karena Batam memiliki peluang bisnis yang sangat besar.

Kecepatan pembangunan menciptakan penyedia jasa pariwisata seperti pengusaha, biro perjalanan dan hotel (Wasiman, Frangky Slitonga, 2020). Kota Batam merupakan penyumbang wisatawan ditandai dengan banyaknya hotel yang dapat di temui seperti Nagoya Hill Hotel Batam, Harmoni Suites Hotel, Harris

Hotel, Blitz Hotel, dan lain-lain. Salah satu hotel yang menarik para sarjana untuk belajar hotel di Kota Batam adalah Blitz Hotel.

Blitz Hotel merupakan hotel bintang 3 yang beralamat di Komplek Pertokoan Air Mas (Greenland) Blok A1 No 1-4 Batam Center, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444.

Syarat – syarat untuk memenuhi kriteria Hotel bintang 3 yaitu :

- Harus ada minimal 30 kamar standar (luas minimal 24 m2)
- Memiliki minimal 2 kamar suit (luas minimal 48 m2)
- Fasilitas dalam kamar meliputi kamar mandi, telepon, TV, dan AC.
- Bangunan hotel dilengkapi fasilitas olahraga, rekreasi, restoran dan bar serta menyediakan Conclerge staf.

Blitz Hotel menawarkan layanan kamar 24 jam, memiliki 55 kamar yang memiliki 6 tipe kamar yaitu *Deluxe Twin* sebanyak 8 kamar, *Deluxe Double* sebanyak 21 kamar, *Standard Twin* sebanyak 4 kamar, *Standard Double* sebanyak 9 kamar, *Suite Family* sebanyak 1 kamar, dan *Suite Deluxe* sebanyak 12 kamar kemudian dilengkapi fasilitas kamar seperti *wifi gratis*, *ber-ac*, parkir gratis, selain itu menawarkan sarapan gratis untuk tamu hotel. Jika layanan diberikan secara optimal, dimungkinkan untuk kembali ke hotel yang sama. Pemahaman perusahaan tentang pelanggan berulangnya menciptakan interaksi yang kuat dengan pelanggannya dan menciptakan loyalitas pelanggan (Tiong, 2018)

Kualitas layanan adalah tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan seperti menikmati fasilitas hotel. Tjiptono berpendapat dalam Tiong (2018:183) bahwa kualitas suatu pelayanan diukur dari seberapa baik pelayanan tersebut memenuhi harapan dan tuntutan pelanggannya. Selama mereka tinggal, klien menerima layanan yang nyaman. pengiriman ke kamar

Masalah kualitas layanan yang ditemukan di Blitz Hotels diamati oleh peneliti di kolom komentar aplikasi booking hotel online Agoda, diantaranya ada beberapa pengunjung yang mengeluhkan masalah selama menginap di Blitz Hotels Berdasarkan wawancara dengan orang-orang. dimana beberapa pengunjung mengeluhkan masalah ketidaknyamanan pengunjung mulai dari tamu tidak bisa masuk menggunakan tanda pengenal lain dan tamu harus menggunakan KTP sebagai KTP pada saat proses check in Pelayanan yang diberikan oleh resepsionis kurang informatif dan tidak memberikan solusi yang memuaskan untuk masalah pengunjung.

Berikut tabel 1.1 mengenai data komplain Pelayanan pada Blitz Hotel

Tabel 1. 1Data komplain mengenai Pelayanan pada Blitz Hotel

Tanggal	Nama	Keluhan
12 Agustus 2021	Ali Widjaksono	Tidak memperbolehkan tamu masuk menggunakan tanda pengenal lain, tamu harus menggunakan KTP sebagai alat pengenal saat proses check-in.
15 September 2021	Lisawati	Tidak menyediakan air mineral dipagi hari kepada tamu, dan menu sarapan pagi yang disediakan tidak pernah ganti, sangat disayangkan.

Lanjutan tabel 1.1

23 Oktober 2021	Rasyidah	Tidak menerima kartu kredit, karena mesin EDC yang belum berfungsi.
24 November 2021	Devanandan	Tidak ada pelayanan keamanan di area Hotel.
21 Desember 2021	Jay	Receptionist yang kurang inovatif saat memberikan solusi kepada pengunjung.
19 Januari 2022	Samuel	Kamar hotel berbau asap karna tidak disemprotkan pengharum oleh petugas layanan kamar.
2 Februari 2022	Jendri S	Petugas pelayanan kurang cepat tanggap jika ada problem.
15 Maret 2022	Ocha P	Kaca jendela kamar tidak dibersihkan oleh petugas kebersihan hotel.
28 April 2022	Dion Alfian	Pelayanannya lumayan ramah, namun sering kali keluhan kita hanya diterima namun tidak ditindaklanjuti misalnya minta kamar di bersihkan, setelah berkali-kali telepon baru di kerjakan
26 Mei 2022	Kristian F	Harus menggunakan uang cash tidak bisa menggunakan kartu kredit

Sumber: *www.agoda.com (2021)*

Menurut informasi yang ditampilkan di atas, Blitz Hotel menawarkan layanan di bawah standar. Sejalan dengan wawancara peneliti dengan pengunjung Hotel Blitz, beberapa pengunjung mengeluhkan kotak saran hotel.

Fasilitas adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk memulai suatu kegiatan. Sebelum memilih hotel atau tempat menginap lainnya, pikirkan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Munawir menekankan pentingnya fasilitas sebagai sumber bentuk yang dibutuhkan sebelum mengedepankan suatu pelayanan kepada masyarakat umum (Nadianingrum & Asron, 2020). Fasilitas Blitz Hotel meliputi layanan kamar 24 jam, *Air Conditioner*, *Wi-Fi* gratis, dan sarapan gratis.

Berdasarkan pendapat penulis berdasarkan kolom komentar Agoda, aplikasi booking hotel online, dan kritik penulis terhadap kesulitan para tamu Blitz Hotel selama menginap yaitu kritik penulis terhadap fasilitas Blitz Hotel. Dengan kata lain, jika sistem *Air Conditioner* kamar hotel Anda tidak berfungsi dengan baik, Anda akan tetap merasa hangat meskipun *Air Conditioner* menyala, wifi tidak sampai dalam kamar, drainase pembuangan air tidak lancar, kasur yang keras menyebabkan sakit pinggang. Hotel ini juga memiliki kekurangan selayaknya Hotel bintang 3. Salah satu pesaing Blitz Hotel adalah Batam City Hotel, Yang memiliki kualitas yang sama dengan Hotel bintang 3. Dibawah ini beberapa Data mengenai keluhan pengunjung terhadap fasilitas Blitz Hotel.

Hal ini dapat di lihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Data komplain mengenai Fasilitas pada Blitz Hotel

Tanggal Menginap	Nama Pengunjung	Keluhan
16 Agustus 2021	Yohanes	Ruang kamar dan kamar mandi cukup tetapi sirkulasi atau ventilasi udara ruang tidak ada/kurang (udara segar kurang), lantai kamar agak licin (cairan pembersih lantai), kurang bersih.
21 September 2021	Teguh Aji	Saat hujan air masuk ke kamar, dan jendela kurang terkunci rapat. Dan kamar mandi, airnya selalu tergenang. Karena lantai desainnya miring tidak ke lubang.
26 Oktober 2021	Efraim	Wifinya tidak sampai ke kamar.
14 November 2021	Windra	Hotel berbudget 200rb/malam, sekedar sarapan pengisi perut saat pagi it's oke lah. Menunya tiap hari sama, nasi goreng & mie goreng, lauknya berganti dari sambal goreng bilis plus tempe/bilis plus kentang/kentang plus tempe, tempe goreng, tahu, udah itu aja variasinya.
30 Desember 2021	Sabila N	AC tidak berfungsi dengan baik, masih merasa hangat meski sudah dihidupkan.
05 Januari 2022	Susanto	Menuju penilaian kamar, kebetulan saya dapat di lantai 2 (kamar 210), banyak anak kecoa, meski tidak mengganggu sampai ke ranjang tapi kadang sesekali di lantai seliweran anak kecoa.
18 Februari 2022	Erikcho	Kasurnya keras menyebabkan sakit pinggang.
09 Maret 2022	Windra Kusuma	Kamar mandi juga kurang bagus kemiringan lantainya, jadi air menggenang cukup lama di lantai bahkan setelah 10 menit selesai mandi, air tidak langsung masuk ke saluran pembuangan. Overall 6/10 is fair menurut saya.

Lanjutan Tabel 1.2

24 April 2022	Novita Anatasya	Ruang kamarnya sempit, jadi kalau kita membawa perlengkapan yang banyak bingung untuk meletakkannya.
08 Mei 2022	Sandra	Di depan hotel hanya ada tempat duduk plastic.
20 Juni 2022	Okkop Nasution	Sering mati listrik di hotel ini, saya menginap 2 minggu karena ada alasan pekerjaan, dan makanan setiap pagi hanya nasi goreng terus.
18 Juli 2022	Bambang	Tidak adanya fasilitas olahraga dihotel ini.

Sumber : *www.agoda.com (2021)*

Informasi yang ditampilkan di atas menunjukkan bahwa fasilitas Blitz Hotel di bawah standar, kurang memuaskan bahkan sampai mengganggu beberapa pengunjung. Dalam bisnis penyediaan layanan seperti hotel, kepuasan pelanggan adalah salah satu cara untuk mendapatkan pelanggan tetap dan menggunakannya berulang kali, dan ini merupakan sumber pendapatan bagi bisnis.

Tujuan utama hotel ini adalah memuaskan para tamu dengan menawarkan layanan terbaik dan fasilitas santai. Dengan menawarkan semua fasilitas yang memenuhi kebutuhan tamu, hotel mungkin dapat memproyeksikan citra positif dan meningkatkan kemungkinan tamu akan kembali. Pada hakekatnya, bisnis berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Atmaja, 2018).

Dalam bisnis penyediaan layanan seperti hotel, kepuasan pelanggan adalah salah satu cara untuk mendapatkan pelanggan reguler dan penggunaan berulang, dan merupakan sumber pendapatan bagi bisnis.

Blitz Hotel juga melakukan upaya guna meningkatkan kepuasan pengunjung, namun tingkat kunjungan Blitz Hotel cenderung fluktuatif. Blitz Hotel mempunyai target penjualan kamar sebanyak 1650 kamar perbulan.

Berikut tabel 1.3 mengenai jumlah pengunjung pada Blitz Hotel periode Agustus 2021- Juli 2022

Tabel 1. 3 Jumlah pengunjung yang memesan kamar pada Blitz Hotel Periode Agustus 2021- Juli 2022

No	Bulan	Ruangan Ditempati						Total
		<i>Deluxe Twin</i>	<i>Deluxe Double</i>	<i>Standard Twin</i>	<i>Standard Double</i>	<i>Suite Family</i>	<i>Suite Deluxe</i>	
1	Agustus	180	550	75	241	15	289	1350
2	September	180	530	63	230	14	280	1297
3	Oktober	178	530	60	212	14	270	1264
4	November	170	520	60	210	13	263	1236
5	Desember	225	619	101	265	28	350	1588
6	Januari	220	621	103	263	30	342	1579
7	Februari	150	550	78	230	15	278	1301
8	Maret	148	530	70	226	12	255	1241

Lanjutan Tabel 1.3

9	April	144	450	67	221	10	252	1144
10	Mei	135	413	64	162	8	220	1002
11	Juni	129	319	60	158	8	213	887
12	Juli	150	300	54	152	7	200	863
Total :		2009	5932	855	2570	174	3212	14752

Sumber : *Blitz Hotel*

Berdasarkan tabel 1.3 pada bulan Mei sebanyak 1002 pengunjung , turun menjadi 887 pengunjug di bulan Juni, lalu terjadi penurunan kembali di bulan Juli menjadi 863. Hal ini disebabkan karena menurunnya jumlah pengunjung akibat berbagai gangguan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung sehingga terjadi kunjungan berulang.

Peneliti memilih untuk melakukan studi pada judul tersebut setelah mempertimbangkan deskripsi masalah yang diberikan di atas. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah memberikan konteks yang dijelaskan di atas, seorang peneliti dapat menentukan masalah berikut:

1. Pelayanan yang diberikan *resepsionis* kurang membantu dan penyelesaian masalah pengunjung kurang memuaskan.

2. Tamu hotel diketahui mengeluh tentang kurangnya *AC* yang beroperasi penuh di kamar mereka.
3. Pelanggan berkurang karena keluhan mempengaruhi kepuasan pelanggan

1.3 Batasan Masalah

Mengingat hambatan-hambatan ini, peneliti menyempurnakan pertanyaan penelitian sehingga lebih menekankan pada masalah utama yang diangkat oleh judul. Akibatnya, peneliti telah mengidentifikasi batasan masalah berikut:

1. Salah satu keterbatasan penelitian ini adalah hanya mengukur seberapa puas wisatawan terhadap tempat yang mereka kunjungi.
2. Populasi yang pengamat gunakan merupakan pengunjung yang telah menginap di Blitz Hotel periode bulan Agustus 2021- juli 2022.

1.4 Rumusan Masalah

Termasuk dalam ungkapan topik yang akan menjadi fokus peneliti adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Mempengaruhi kepuasan pengunjung di Blitz Hotel?
2. Apakah fasilitas di Hotel Blitz berpengaruh terhadap kepuasan tamu?
3. Apakah kepuasan pengunjung di Blitz Hotel bergantung pada kualitas pelayanan dan fasilitas?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel.

2. Guna mengetahui pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel.
3. Guna mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil survei diharapkan dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan dan keahlian mengenai standar pelayanan dan fasilitas yang terkait dengan kepuasan pengunjung.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap hasil survei ini dapat memberikan masukan dan referensi untuk peningkatan kualitas layanan, fasilitas, kepuasan pelanggan, dan kepuasan pengunjung di industri.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menjadi sumber referensi pembelajaran bagi pembaca dan masukan pengetahuan untuk mahasiswa/i Universitas Putera Batam.

3. Bagi Peneliti

Untuk lebih memahami dampak dari standar penawaran dan fasilitas kami terhadap kepuasan pelanggan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Syahfitri & Kusnanto, 2021), perhatian pertama saat melayani pelanggan adalah memastikan bahwa mereka menerima layanan berkualitas tinggi (2021). Kegiatan bisnis yang paling krusial adalah meningkatkan kualitas pelayanan karena berdampak langsung pada kepuasan konsumen. Jika pelanggan menerima layanan yang sangat baik, mereka cenderung puas.

Keunggulan layanan mengacu pada pemenuhan harapan pelanggan dan pengiriman yang tepat mengacu pada keseimbangan permintaan pelanggan (Riyani, Larashat, & Juhana, 2021) Akibatnya, ada dua variabel kunci yang mempengaruhi kualitas layanan. Keduanya terganggu dan dapat diterima.

(Puspita, 2019: 145), ditentukan bahwa penyediaan lalu lintas dalam bentuk modal dapat diimbangi dengan cara apa pun yang diperlukan atau bahkan sebagai akibat dari pengeluaran. (Mulyapradana, Anjarini, & Harnoto, 2020: 28) Kualitas implementasi adalah dan alkalalanalm harus diperhatikan. Kualitas pengalaman adalah aktivitas terpenting dalam proses halal internal kami dan kualitas pengembalian yang dapat memengaruhi kualitas pengalaman yang

diterima pelanggan kami.

Karena layanan ini melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan, kualitasnya berperingkat tinggi menurut pandangan multi-perspektif kualitas layanan. Jika pengalaman masa lalu mengikuti legitimasi pengalaman, orang Dalpart mengalami kekecewaan. Kegagalan yang biasa-biasa saja membuatnya sepadan dengan kualitas layanan pengembalian.

2.1.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyadi dalam penelitian (Atmaja, 2018:51) menjelaskan dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Tangible, adalah kemampuan suatu perusahaan dalam hal membuat keberadaannya diketahui oleh pihak luar, dan layanan yang diberikan oleh penyedia layanan mungkin memiliki sumber daya pelengkap seperti bangunan lain, gudang, peralatan warisan, dan teknologi yang dapat digunakan.

1. *Reliability*, Dengan kata lain, reputasi perusahaan dalam memenuhi janjinya akan layanan yang praktis, dapat diandalkan, dan berkualitas tinggi. Praktik untuk pekerjaan lapangan layanan memerlukan tingkat presisi yang tinggi untuk memenuhi harapan klien akan kecepatan, layanan bebas kesalahan, dan perilaku welas asih.
2. *Responsiveness*, Dengan mengkomunikasikan informasi secara jujur, itu adalah bakat yang membantu dalam menyediakan layanan yang efektif dan efisien kepada klien. Ketika pelanggan dibiarkan menunggu tanpa alasan yang

jelas, pandangan layanan negatif mungkin berkembang.

3. *Assurance*, pengetahuan, kesopanan, dan keterampilan karyawan itulah yang membangun kepercayaan di perusahaan.
4. *Emphaty*, ialah memberikan rasa peduli berupa perhatian yang tulus dan personal yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.

2.1.1.3 Manfaat Kualitas Pelayanan

(Prof. Dr.Dra. Suryani Tatik, Psi., 2017:194) berpendapat bahwa banyak hasil positif yang dihasilkan dari menerima perawatan tingkat profesional.

1. Terwujudnya kepuasan pelanggan

Pelanggan yang puas menerima layanan yang memenuhi harapan mereka. Kepuasan juga merupakan peluang besar bagi perusahaan. Ini adalah sarana promosi yang dilakukan oleh pelanggan tanpa biaya kepada perusahaan.

2. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Ketika klien kadang-kadang puas, kepuasan pelanggan dibangun. Pelanggan yang memiliki pengalaman positif lebih cenderung puas dengan bisnis tersebut, yang pada gilirannya berfungsi sebagai alat promosi.

3. Terciptanya kepercayaan

Klien yang puas mempercayakan bisnis untuk memenuhi kebutuhan mereka.

4. Meningkatkan reputasi perusahaan

Pelanggan bebas dari bisnis yang menawarkan layanan pelanggan yang baik. Ini penting untuk reputasi perusahaan dan profil publik karena pelanggan

yang puas lebih cenderung menceritakan pengalaman positif mereka kepada orang lain.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

William & (Purba, 2020: 198) mengidentifikasi lima metrik untuk mengukur kualitas layanan:

1. Reputasi Bukti fisik (fisik) keberadaan perusahaan, seperti pengetahuan yang mendukung klaim tersebut. Bukti nyata dari layanan yang diterima dari penyedia layanan adalah kinerja dan kemampuan perusahaan, serta infrastruktur dan peralatan fisik yang bermanfaat. Peralatan fisik (seperti petugas parkir yang membantu parkir mobil), alat dan perlengkapan yang digunakan (teknologi), dan penampilan pekerja Anda semuanya dapat digunakan untuk menunjukkan hal ini.
2. Keandalan (*reliability*), keahlian perusahaan yang akurat dan andal yang memberikan layanan sesuai dengan konten yang disepakati. Kinerja pekerjaan harus sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan dan ketepatan waktu harus sama dengan kesempurnaan, ketepatan dan perilaku bijaksana untuk setiap pelanggan.
3. Ketiga, daya tanggap, atau tindakan menyajikan dan memberikan layanan yang sesuai dan cepat kepada pelanggan melalui penyampaian informasi secara sederhana dan akurat, sangat penting.

2.1.1 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Istilah "fasilitas" digunakan untuk menggambarkan segala sesuatu yang sengaja diberikan oleh penyedia layanan untuk kepentingan konsumennya. Iskandarsyah and Utami 2017 : (132). Menurut Hartini 2017 : (408) Fasilitas adalah sumber bahan baku aktual yang telah dihaluskan sebelum didistribusikan ke pelanggan.

Menurut (Saputra, 2018) Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik . fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen Kusuma, Surojja, and Supaya 2018 : (38).

Menurut Maydiana, 2019: (446) fasilitas yakni “sumber daya fisik yang mesti tersedia terlebih dahulu sebelum suatu layanan dipromosikan ke pelanggan”. Sesuatu yang mempermudah pelanggan dalam bisnis yang bergerak dibidang jasa, jadi seluruh fasilitas yang tersedia yakni: kebersihan fasilitas perlu dijaga terutama yang terkait erat secara langsung terhadap pelanggan dengan apa yang diterima atau dirasakan.

Berdasarkan teori pengertian fasilitas dari beberapa para ahli diatas, maka kesimpulan fasilitas adalah semua alat yang dapat mendukung operasional perusahaan yang mempunyai kegunaan guna memenuhi harapan pelanggannya.

2.1.2.2 Manfaat Fasilitas

Beberapa keunggulan fasilitas tercantum di bawah ini, milik (Purnomo) dalam Nadianingrum & Asron, 2020:(533). Pengembalian investasi modal yang lebih rendah

1. penggunaan ruang
2. Buat karyawan dan pelanggan nyaman mungkin.
3. Meningkatkan efisiensi
4. Memaksimalkan tingkat pelayanan

2.1.2.3 Penawaran Jasa Fasilitas

Alma Buchari, 2018:(292), menyatakan bahwa fasilitas berikut diperlukan untuk hotel untuk menawarkan layanan mereka:

Fasilitas penyewaan kamar hotel, fasilitas penyediaan ruangan konferensi (dalam bagian perhotelan)

1. Fasilitas persewaan kamar hotel, fasilitas ruang pertemuan (bidang perhotelan)
2. Menciptakan tempat penukaran mata uang asing dan safety box untuk melindungi barang milik konsumen (sektor keuangan)
3. Tawarkan restoran atau lokasi makan (bagian makanan)
4. Menawarkan pilihan hiburan termasuk live music, pemandu wisata, toko souvenir, taman bermain untuk anak-anak, dll (departemen rekreasi)
5. Menyediakan pertunjukan musik dan tari (lapangan hiburan)

6. Penyediaan kolam renang dan ruang fitnes (lapangan atletik)
7. Penyediaan kolam renang dan ruang fitnes (lapangan atletik)

2.1.2.4 Indikator Fasilitas

Menurut Nadianingrum & Asron, 2020:(533) indikator fasilitas adalah :

1. Pemikiran/perencanaan spasial, yang menggabungkan semua aspek kualitas dan pola yang dipadukan dan diproduksi dengan terampil untuk mendapatkan reaksi intelektual dan emosional dari pemirsa.
2. Desain tempat dalam konteks ini mengacu pada perencanaan dan desain eksterior dan interior.
3. Furnitur dan peralatan berfungsi sebagai infrastruktur untuk penggunaan objek, seperti pusat hiburan atau tempat untuk mendekorasi.
4. Bangunan bisa diberi warna dengan menggunakan pencahayaan dan pola.
5. Sifat ilustratif pesan membuat pertimbangan bentuk, posisi, format fisik sehubungan dengan pemilihan warna, pencahayaan, dan tampilan simbol atau simbol yang digunakan menjadi relevan.
6. Komponen yang mendukung struktur utama

2.1.3 Kepuasan Pengunjung

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung

Rohaeni & Marwa, 2018: (314) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah emosi manusia, dengan mempertimbangkan apakah reaksi pelanggan terhadap tingkat kinerja produk wajar, sesuai, atau konsisten dengan harapan mereka. memuaskan dan tidak memuaskan dalam ukuran yang sama.

Menurut Siahaan & Raymond, 2020: (87), kepuasan pelanggan adalah “efek rasa” yang terjadi ketika kinerja produk atau layanan aktual dibandingkan dengan harapan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan terjadi ketika kinerja yang diperoleh dibawah harapan, kepuasan pelanggan terjadi ketika kinerja yang diperoleh memenuhi harapan, dan kepuasan besar terjadi ketika kinerja melebihi harapan pelanggan, dan euphoria dapat terjadi.

Setelah melakukan pembelian, pelanggan yang puas merefleksikan apakah pilihan mereka memberikan hasil yang memuaskan bagi mereka atau tidak (Andi Riyanto, 2018), Harapan konsumen adalah praduga atau keyakinan yang dimiliki pelanggan tentang apa yang akan mereka dapatkan jika mereka membeli atau menggunakan barang yang mereka lakukan.

Hasil dari reaksi konsumen pasca pembelian yang meliputi perasaan tidak senang, jengkel, naturalisme, bahagia, dan puas diungkapkan oleh penelitian Prihandoyo, 2019: (120).

Menurut penilaian Mubarak, 2018: (19) Kepuasan pelanggan adalah pertimbangan pasca pembelian di mana pilihan dibuat yang setidaknya sesuai atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan hasil yang dilaporkan Ketika harapan tidak terpenuhi, hasil ketidakpuasan.

Kepuasan pelanggan, menurut Lestari, Lie, Efendi, & Julyanthry, 2018: (42), adalah perasaan bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi.

Pelanggan akan berhenti melakukan bisnis dengan perusahaan jika mereka tidak puas. Dari pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa seorang konsumen puas dengan suatu produk ketika harapan mereka untuk itu berhubungan langsung dengan kenyataan yang mereka terima darinya.

Tingkat kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai reaksi pembeli setelah menggunakan layanan atau produk dan menentukan seberapa baik memenuhi kebutuhan mereka. menurut teori pengertian multiprofessional tentang kepuasan pelanggan seperti yang telah dijelaskan di atas.

2.1.3.2 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan harus dilakukan untuk melihat apakah semua yang disampaikan kepada konsumen selama ini sesuai dengan harapan mereka. menurut Kotler dalam dalam (Prof. Dr. H. Alma Buchari, 2018:288), mengemukakan bahwa ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan konsumen:

1. Kotak Saran, pertama. Terima keluhan konsumen dan buat kotak rekomendasi. harus menawarkan kop surat dengan alamat bisnis tempat keluhan dan komentar dapat dikirim. Kartu komentar juga dapat digunakan untuk mengirimkan rekomendasi ini. Informasi yang dikumpulkan dapat digunakan untuk membangun konsep dan menilai pemasok kotak saran, terutama mereka yang memperkirakan kekurangan perusahaan yang disediakan pelanggan.
2. Kuesioner tatap muka, melalui telepon, atau email yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan Anda sebagai pelanggan.
3. Pembeli bayangan adalah orang yang dibujuk oleh suatu perusahaan untuk menjadi pelanggan yang menggunakan produk dan jasa perusahaan lain. Orang ini menginformasikan bisnis tentang kelemahan dan kekuatan server perusahaan.
4. Analisis perputaran pelanggan, percakapan dengan konsumen yang berputar, dan informasi yang diperoleh dari pelanggan menunjukkan alasan mengapa pelanggan berhenti menggunakan barang dan jasa perusahaan dan beralih ke produk lain. Anda dapat menggunakannya untuk menilai bagaimana bisnis Anda beroperasi. untuk meningkatkan kebahagiaan pelanggan sehingga mereka tetap dengan bisnis saat ini

2.1.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Berikut merupakan manfaat kepuasan pelanggan menurut Tjiptono Fandy,

2019: (381) adalah sebagai berikut :

1. Karena produsen mematok harga murah, maka banyak terjadi persaingan, sehingga banyak pelaku usaha yang menetapkan harga rendah dalam upaya merebut pangsa pasar. Pendekatan bisnis untuk bersaing dengan pesaing berbiaya lebih rendah, dalam hal ini konsumen, adalah dengan memberikan penekanan kuat pada kebahagiaan pelanggan. Kualitas tidak dapat ditukar dengan kepuasan yang Anda terima hanya untuk menghemat uang.
2. Retensi Prospek yang Berkelanjutan dan Nilai Ekonomi Kami mendapatkan hasil yang beragam dan mereka baru saja menggunakan layanan atau produk Anda.
3. Upaya memperhatikan loyalitas melalui nilai kumulatif dan hubungan yang berkesinambungan, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan produk dapat menghasilkan imbalan tahunan yang lebih besar daripada hadiah individual.
4. Dari mulut ke mulut. Pelanggan yang puas mengarah pada penyebaran informasi tentang pengalaman pelanggan yang memuaskan yang ditawarkan perusahaan Anda. Tidak dapat dipungkiri bahwa selain pengalaman positif, pengalaman negatif juga dapat dirasakan.
5. Pelanggan kurang peduli dengan harga ketika mereka puas dengan bisnis Anda.
6. Kebahagiaan pelanggan adalah akar kesuksesan perusahaan di masa depan; pada intinya, ini memastikan kelangsungan jangka panjang organisasi. Butuh

waktu lama untuk meyakinkan pelanggan. Jika dikembangkan dengan baik, perusahaan mungkin akan memiliki pelanggan tetap.

2.1.3.4 Indikator Pengukuran Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan pendapat Hermanto & Nainggolan, 2020: (50) indikator kepuasan pengunjung adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan klien secara umum Semua konsumen perusahaan harus puas; jika hanya beberapa orang terpilih, tidak diragukan lagi ada masalah.
2. Umpan balik pelanggan. Setiap konsumen memiliki pengalaman dan masalah yang berbeda dari pelanggan lain, dan mereka semua menilai diri mereka sendiri secara berbeda.
3. Verifikasi ekspektasi Anda. Tentunya agar pembeli merasa percaya diri melakukan pembelian, Anda sebagai penjual perlu berkomunikasi dengan berbagai cara, seperti dengan memberikan konfirmasi atas pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.
4. Keinginan untuk membeli kembali. Jika seorang pelanggan puas dengan pembelian sebelumnya Anda dapat mengandalkan pembelian lebih banyak dari mereka di masa mendatang.
5. Kesiapan untuk menyarankan. Tentu saja, jika pelanggan senang, dia akan memberi tahu keluarganya untuk membeli dari kami juga.

6. Ketidakpuasan pelanggan. Pelanggan mengomunikasikan ketidakpuasannya dengan melontarkan kritik dan saran, mengungkapkan perasaan tidak akan pernah membeli lagi, atau menyebarkan berita ketidakpuasannya

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti merujuk berbagai hasil dari publikasi penelitian yang terutama mirip dengan penelitian ini karena penelitian tersebut sangat membantu saat membuat manuskrip. Majalah untuk studi sebelumnya yang relevan dengan subjek ini tercantum di bawah ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Peneliti
1	(Subagja, SE., MM. & Putri, 2017) (Google Scholar)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara stimulan dan parsial kualitas produk dan kualitas laynan pada kepuasan pelanggan PT. Rahman Wisata Mandiri Jakarta
2	(Maydiana, 2019) (Google Scholar)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri, ISSN : 2337-6078	menyebutkan fasilitas berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan yakni 3,333 dan kualitas pelayanan berpengaruh signifika pada kepuasan pelanggan
3	(Rohaeni & Marwa, 2018) (Scienta)	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Hasil akhir penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat terpengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Lanjutan Tabel 2.1

4	(William & Purba, 2020) (DOAJ)	Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam	Hasil penelitian menyebutkan fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan
5	(Setiawan et al., 2019) (Google Scholar)	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang	menyebutkan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.
6	(Nurcahyo et al., 2017) (Science Direct)	<i>The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta</i>	menyebutkan variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan pada variabel loyalitas konsumen secara simultan maupun parsial. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.
7	(Mubarok, 2018) (Science Direct)	Pengaruh Kualitas Produk, Brand Equity, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	kualitas produk, brand equity, kualitas pelayanan secara parsial dan stimulan berpengaruh signifikan positif pada kepuasan pelanggan.
8	(Siswanto & Heryenzus, 2020) (Google Scholar)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Variabel independen yang dipergunakan ialah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan variabel dependennya ialah kepuasan pelanggan. Penelitian ini memilih metode kuantitatif. Sampel yang dipergunakan berjumlah 115 responden dan tekniknya

Sumber: Peneliti, 2021

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

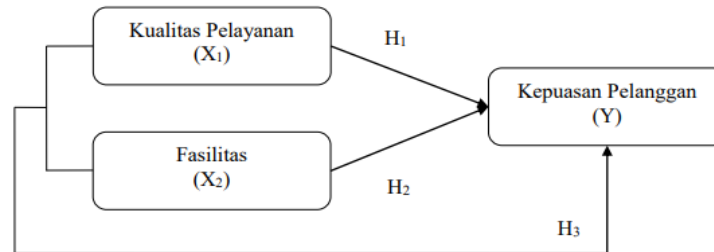
Kualitas layanan adalah salah satu faktor penentu terciptanya kepuasan pengunjung, karena dari layanan tersebut pelanggan mampu mendefinisikan layanan yang diberikan dengan apa yang mereka harapkan, dan mampu menciptakan rasa ingin menggunakan layanan tersebut secara berulang karena merasa layanan tersebut baik. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, maka dapat menciptakan kepuasan pengunjung tersebut kepada perusahaan Palenewen, Kawet, & Tielung, 2014:195).

2.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Pelanggan akan merasa puas ketika harapannya terpenuhi, karena hal ini akan membuatnya bahagia. Dewita Hia, 2016:(66) menyatakan bahwa kepuasan tamu terhadap perusahaan meningkat dengan kebahagiaan pengunjung.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Tingkat kepuasan wisatawan berbanding lurus dengan tingginya kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada mereka. merupakan faktor krusial di mana pelanggan menilai kebahagiaan berdasarkan kualitas fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan. Tingkat kepuasan jamaah umrah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan dan fasilitasnya Dewita Hia, 2016:(66). Struktur pemikiran dapat dijelaskan dengan menggunakan deskripsi.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Penelitian (2021)

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori Azuar Juliandi dkk, 2015;(44). Dari uraian diatas, maka Kualitas Pelayanan dan Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, oleh karena itu hipotesis penelitian ini adalah:

1. H1 : Adanya Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel
2. H2 : Adanya Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel
3. H3 : Adanya Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi evaluasi statistik dan numerik. Dalam penelitian kuantitatif, sampel yang representatif dari populasi tertentu dipelajari. Pembingkai masalah, yang berfungsi sebagai teori dan konsep dari mana hipotesis dapat diturunkan, juga ditangani oleh sifat deduktif. Secara umum, hasil yang dibuat dari sampel acak dapat diterapkan pada populasi dari mana mereka diambil, menurut (Yusup, 2018, p. 17)

Jelas dari penjelasan di atas bahwa jenis penelitian ini melibatkan beberapa tahapan penelitian, mulai dari desain hingga implementasi. Semua pihak yang berpartisipasi dalam proses penelitian memperoleh keuntungan dari desain penelitian (Sugiyono, 2017:49)

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Mengutip (Sugiyono, 2017: 55) Metode penelitian yang mencari kaitan antara dua variabel atau lebih disebut “studi asosiasi”. Jenis penelitian ini menyelidiki interaksi, efek, dan hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Motivasi (x) adalah salah satu variabel independen studi, dan pengaruhnya terhadap hasil diperiksa (y).

3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Studi berlangsung di Blok A1 No.1-4 Batam Center's Blitz Hotel Batam Jalan Raja M Tahir Airmas Shopping Complex (Greenland).

3.3.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Sept 2020				Okt 2020				Nov 2020				Des 2020				Jan 2021			
		Minggu				Minggu				Minggu				Minggu				Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																				
2	Rancangan kuesioner																				
3	Penyebaran kuesioner																				
4	Pengumpulan Data																				
5	Pengolahan Data																				
6	Saran dan Kesimpulan																				

Sumber : Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

(Maydiana, 2019) Istilah "populasi" mengacu pada kategori luas yang mencakup semua item dan orang yang telah diputuskan oleh peneliti untuk diperiksa karena ukuran dan kualitas yang sama. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa antara Agustus 2021 hingga Juli 2022, Blitz Hotel akan menampung sebanyak 14.752 tamu.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Dalam penyelidikan ini, pengambilan sampel probabilitas digunakan, dan rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel:

Menurut sebelumnya, rumus diterapkan sebagai berikut dalam penyelidikan ini:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} \quad \text{Rumus 3.1}$$

Sumber : (Sujarweni, 2019:82)

Ket :

n : Total sampel

N : Total populasi adalah 14752

e : Batas toleransi (10%)

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

$$n = \frac{14752}{1 + (14752)(10\%)^2}$$

$$n = \frac{14752}{1 + (14752)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{14752}{1 + (14752)(0,01)}$$

$$n = \frac{14752}{1 + 148,52}$$

$$n = \frac{14752}{148,52}$$

$$n = 100$$

Ukuran sampel penelitian ini adalah 100 orang, berdasarkan angka di atas.

3.4.3 Teknik Sampling

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik yang disebut sampling probabilitas, yang menawarkan setiap anggota populasi kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel penelitian. Anggota sampel dipilih secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan karakteristik demografi, menjadikannya sebagai bentuk simple random sampling (Sugiyono, 2017).

3.5 Sumber Data

Ada dua macam informasi yang dapat digunakan untuk penelitian : data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer sebagaimana didefinisikan oleh Arikunto dan Sudjana dalam (Khairinal, 2016: 338) adalah informasi yang dikumpulkan melalui studi seperti kuesioner, wawancara, dan analisis dokumen. Kuesioner digunakan sebagai metode utama pengumpulan data dalam penyelidikan ini.

3.5.2. Data Sekunder

(Khairinal 2016: 338) mengklaim bahwa data sekunder dikumpulkan dengan membaca dan menganalisis materi yang tersedia termasuk buku, kertas, tabel, brosur, gambar, video, dan iklan yang diterima dari bisnis dan perpustakaan.

Menurut Winarno (2013: 99), peneliti menggunakan kuesioner tertutup dalam penelitian ini, yang menyiratkan bahwa responden hanya dapat memilih dari pilihan yang disediakan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan sebagai sarana untuk mengumpulkan informasi

3.6.1. Kuisisioner

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data melalui penggunaan tanggapan tertulis dari responden (E.Suwandi, 2018). Tanggapan skala Likert kuesioner ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci.

Untuk mengukur reaksi masyarakat terhadap fenomena sosial, peneliti dapat menggunakan alat yang disebut skala Likert (Pranatawijaya, Widiatry, Priskila, & Putra, 2019). Responden dapat mengungkapkan pemikiran mereka pada kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 untuk menunjukkan seberapa kuat mereka setuju, setuju,

acuh tak acuh, atau tidak setuju. Selanjutnya variabel yang akan dievaluasi dan dicirikan sebagai dimensi disajikan pada bab Indikator dan Variabel sebagai indikator yang dapat diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator tersebut pada akhirnya diukur dan diubah menjadi tolok ukur, yaitu alat yang mencakup pertanyaan yang akan ditanggapi oleh responden. Tabel berikut menunjukkan bagaimana masing-masing tanggapan berkaitan dengan pertanyaan yang akan ditanggapi oleh responden:

Tabel 3. 2 Skala *Likert* pada teknik pengumpulan data

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Ragu-ragu	RG	3
Kurang Setuju	KS	2
Tidak Setuju	TS	1

Sumber : (Pranatawijaya, 2019)

3.7 Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang berubah akibat adanya variabel independen yang diteliti, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019:69). Dalam hal ini variabel terikatnya adalah kesenangan pengunjung.

3.7.1.1 Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan pengunjung, yaitu seberapa baik mereka menanggapi permintaan. Evaluasi terhadap kualitas atau atribut barang dan jasa yang memberikan kesenangan tertentu kepada pelanggan dalam hubungannya dengan memuaskan permintaan konsumsi mereka disebut kepuasan. (Dasriwahyuni, He, 2020: 85-102).

Indikator kepuasan pengunjung meliputi ((Dharma, 2017: 351) :

1. Kenyamanan.
2. Keyakinan.

3. Penampilan menarik.
4. Kepuasan dan perhatian.

3.7.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Yang dimaksud dengan “variabel bebas” adalah faktor yang dapat mempengaruhi nilai variabel terikat (Sugishirono, 2019: 69). Fasilitas (X2) dan kualitas pelayanan (X1) merupakan variabel bebas penelitian.

3.7.2.1 Varibel Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut (Tatik, 2017:204) peneliti dalam penelitian ini membatasi indikator kualitas pelayanan untuk variabel independen (X1) menjadi:

1. Keberadaan
2. Empati
3. Keandalan
4. Daya tanggap

3.7.2.2 Variabel Fasilitas (X2)

Menurut (Nadianingrum & Asron, 2020:533), kendala penyidik indeks fasilitas adalah variabel bebas (X2).

1. Pemikiran/Perencanaan Spasial
2. Desain tempat
3. Fasilitas dan perlengkapan
4. Pencahayaan dan pola
5. Pesan bersifat demonstratif.
6. Komponen tambahan

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Menurut (Tatik, 2017:204) Usaha yang dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui strategi untuk mengimbangi antara kebutuhan dan harapan dalam jasa maupun barang untuk menciptakan sebuah rasa puas oleh pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberwujudan 2. Empati 3. Realibilitas 4. Daya Tanggap 	Likert
2	Fasilitas (X ₂)	Menurut (Nadianingrum & Asron, 2020:533) Semua sesuatu yang secara sengaja disediakan oleh perusahaan guna memberikan kemudahan bagi pelanggan, serta tolak ukur untuk mengukur segala bentuk layanan yang disediakan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemikiran/perencanaan spasial 2. Perancangan tempat 3. Perlengkapan/perabotan 4. Tata cahaya dan corak 5. Pesan yang disampaikan ilustratif 6. Elemen pendukung 	Likert
3	Kepuasan Pengunjung (Y)	Rohaeni & Marwa, 2018: (314) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu perasaan seseorang baik itu senang maupun kecewa dalam pertimbangan antara tanggapan pelanggan terhadap tingkat suatu kinerja produk dan jasa yang nyata dan sesuai atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Penilaian Pelanggan 3. Konfirmasi Harapan 4. Kesiediaan Untuk Merekomendasi 5. Ketidak Puasan Pelanggan 	Likert

Sumber : Peneliti,2021

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

(Tatik, 2017:204) Analisis deskriptif adalah jenis analisis statistik di mana data dianalisis dengan menggambarkan informasi yang dikumpulkan daripada menarik kesimpulan yang dapat diterapkan di semua kumpulan data yang serupa.

Untuk meringkas dan menjelaskan jawaban responden terhadap variabel bebas dan terikat yang digunakan untuk menghasilkan hasil penelitian ini, Untuk memastikan keakuratan informasi yang diperoleh dan dianalisis dengan SPSS (Paket Statistik Ilmu Sosial) versi 25, digunakan instrumen pengujian.

Berdasarkan tanggapan responden, analisis deskriptif digunakan untuk membuat data agregat yang disampaikan kepada semua pelanggan. Rumus rentang skala adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3.2 Rentang skala

Sumber : Peneliti (2020)

Keterangan :

RS : Rentang Skala

n : Jumlah Sampel

m : Jumlah alternative jawaban

Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 14752 responden, dan rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung skor rentang skala:

$$RS = \frac{100(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan rentang skala di atas dan tanggapan responden yang disebutkan pada tabel 3.5, kategori deskripsi hasil adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif

No	Rentang Kategori	Kriteria
1	100-180	Sangat Tidak Baik
2	181-261	Tidak Baik
3	267-347	Cukup Baik
4	343-423	Baik
5	424-504	Sangat baik

Sumber : Peneliti, 2020

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Apabila pertanyaan survei dapat memberikan informasi tentang suatu variabel yang nantinya akan diukur, maka survei tersebut dikatakan sah (Sujarweni, 2019:158). Mengkorelasikan hasil pertanyaan dengan skor keseluruhan akan menunjukkan apakah instrumen itu asli.

Anda dapat menggunakan tes dari kedua sisi dengan nilai signifikansi 0,05 untuk mendemonstrasikan tes tersebut. Itu kemudian menentukan apakah data itu valid atau tidak valid menggunakan kriteria dan memeriksa untuk melihat apakah itu dapat diterima atau tidak memuaskan. khusus uraian yang diberikan di sini (Sujarweni, 2019: 125):

1. Butir-butir pernyataan dapat dikatakan memiliki hubungan yang signifikan jika r hitung tabel, maka kesimpulan butir-butir pernyataan tersebut dapat dianggap asli.
2. Item dinyatakan tidak valid jika r hitung tabel, menunjukkan bahwa tabel tidak memiliki hubungan yang jelas dengan unsur-unsur dalam kalimat.

Rumus 3. 3 Koefisien korelasi

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

r : Koefisien korelasi

X : Skor item

- Y : Skor total item
- N : Jumlah sampel (responden)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data

Data dianggap andal dari perspektif empiris (kuantitatif) ketika dikonfirmasi secara independen oleh dua atau lebih peneliti yang bekerja pada masalah yang sama, atau ketika membagi kumpulan data menjadi dua menghasilkan hasil yang sama (Sugiyono, 2017: 362).

Cronbach's alpha dihitung $> 0,60$ dalam penelitian ini menggunakan program SPSS untuk verifikasi reliabilitas dan validitas (Sujarweni, 2019: 158)

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

Rumus 3. 4 Realibilitas Cronbach Alpha

Dimana :

r_{11} = Realibilitas Instrumen

k = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir;

σt^2 = Varians total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Jika data Anda memiliki distribusi normal dan profil tersebut dapat mewakili populasi secara akurat, data Anda dikatakan berdistribusi normal. Uji untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara teratur adalah uji normalitas. Tes Kolmogrov-Smirnov dapat digunakan untuk menentukan apakah data normal. Periksa signifikansi sebelum

menarik kesimpulan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal. Jika variabel lebih besar dari 0,05 dan lebih kecil dari 0,05, maka dianggap berdistribusi teratur. 225 (Sujarweni, 2019)

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang sejenis dilakukan uji multikolinieritas menurut (Sujarweni, 2019:158) Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dapat digunakan untuk tujuan ini. Jika VIF antara 1 dan 10, multikolinieritas tidak ada.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dengan heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji heteroskedastisitas. Jika model berisi beberapa jenis variabel, pengujian dapat dijalankan dengan mengikuti prosedur pengujian Park Gleyser. Model tidak menunjukkan heteroskedastisitas jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. 222 (Sujarweni, 2019:226).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sujarweni, 2019:160), metode ini dapat digunakan untuk menilai ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dan terikat dalam persamaan regresi berganda (2019: 160). Ini juga dapat digunakan untuk memeriksa apakah suatu hipotesis akurat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

Sumber : (Sujarweni, 2019:160)

Keterangan :

Y : Kepuasan Dependen

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Fasilitas

b1, b2 : Nilai Koefisien Regresi

a : Konstanta

3.8.4.2. Koefisien Determinasi (R²)

Proporsi varian pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (variabel ganda X) dikenal dengan koefisien determinasi (R²) (Indahningrum et al., 2020). R-squared (R²), juga dikenal sebagai nilai KD atau koefisien determinasi, adalah ukuran seberapa baik model dapat mensimulasikan lingkungan tertentu. Nilai ini berfungsi sebagai pengukur seberapa cocok garis regresi yang diperoleh dari data aktual penelitian atau data perkiraan. Menurut (Indahningrum et al., 2020) R² dapat dianggap sebagai kumpulan angka yang menampilkan spektrum nilai Y, dengan variabel lain yang belum diselidiki belum menentukan angka yang hilang.

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3. 6 Koefisien Determinasi

Sumber : (Indahningrum et al., 2020)

Keterangan :

R² : Koefisien Determinasi

ryx1 : Korelasi Variabel x1 dengan y

ryx2 : Korelasi Variabel x2 dengan y

rx1 x2 : Korelasi Variabel x1 dengan variabel x2

3.8.5 Uji Hipotesis

Menurut (Sujarweni, 2019:161) berpendapat bahwa hipotesis hanyalah “tanggapan sementara” terhadap ungkapan tantangan penelitian. Sebuah pertanyaan diajukan sebagai pernyataan masalah penelitian, dan verifikasi hipotesis diperlukan.

3.8.3 Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Sujarweni, 2019:161) uji-t digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen memiliki pengaruh yang terukur terhadap variabel dependen.

Metode pengujian formula:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \text{Rumus 3.7 Uji t}$$

Sumber : (Sujarweni, 2019:161)

Keterangan :

t : Nilai uji t

r : Koefisien korelasi *pearson*

r² : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

Uji t digunakan untuk menghitung signifikansi statistik dari pengaruh konstan variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian ttabel dan ttabel dibandingkan dengan thitung. Derajat kebebasan (dk) n-2, uji dua arah, dan tingkat kesalahan 5%. Jika thitung > ttabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima sesuai kriteria t. test's Dengan kata lain, itu memiliki dampak yang besar. Sebaliknya, H0 diperbolehkan sedangkan Ha ditolak jika thitung < ttabel. Dengan kata lain, ada sedikit atau tidak ada dampak.

3.8.4 Uji Simultan (Uji F)

Uji F hanya menunjukkan jika semua model variabel independen memiliki pengaruh bersama terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2019: 162). Quantifier (k - 1) dan nilai tabel penyebut (F)., juga akan dibandingkan dengan nilai F yang dihitung (jumlah sampel –k) pedoman berikut digunakan dalam pengujian ini:

Rumus 3. 8 Uji F

$$f_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sumber: (Sujarweni, 2019:162)

Keterangan:

f_h = Nilai uji f

r^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel