

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGAN PADA HOTEL
SKY IN DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGAN PADA HOTEL
SKY IN DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rehminta Katarina
NPM/NIP : 130910242
Fakultas : Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH FASLITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL SKY IN DI KOTA BATAM ”

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 peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 05 Agustus 2018

Rehminta Katarina
130910242

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGAN PADA HOTEL
SKY IN DI KOTA BATAM**

Oleh:

**Rehminta Katarina
130910242**

SKRIPSI

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

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 06 Agustus 2018

**Sri Afridola, S.E.M.M
Pembimbing**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan segala rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati.

Ucapan rasa terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Secara khusus rasa terimakasih tersebut peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Mauli Siagian, S.kom.,M.Si. selaku Kaprodi Program Studi Manajemen
3. Ibu Sri Afridola, S.E.M.M selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
4. Dosen Staff Universitas Putera Batam.
5. Orang Tua dan seluruh keluarga yang selalu memberi kasih sayang dan motivasi untuk menjadi yang terbaik.
6. Osner Purba yang selalu mendukung dan mendoakan dalam penyelesaian skripsi.
7. Hotel sky In, yang telah menyediakan waktu dan tempat untuk melakukan penelitian.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu mengingatkan dalam membantu dalam menyelesaikan skripsi ini (Deby, Weny, Anja, Megi)

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

Batam, Agustus 2018

Peneliti

ABSTRAK

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat. Pada umumnya kebutuhan utama para tamu dalam hotel adalah istirahat, tidur, mandi, makan, minum, hiburan dan lain-lain. Namun dengan perkembangan dan kemajuan hotel sekarang ini, fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap atau istirahat bagi para tamu, namun fungsinya bertambah sebagai tujuan konferensi, musyawarah nasional dan kegiatan lainnya semacam itu yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden dengan metode *Ancidental Sampling*. Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan program *SPSS* versi 20. Hasil penelitian menunjukkan semua data valid dan reliabel. Dari hasil uji t diketahui bahwa t hitung untuk variabel fasilitas (X1), pelayanan (X2) t tabel 1,982 dengan signifikan > 0,05. Sehingga H_a diterima H_o diterima. Uji f menunjukkan F hitung > 3.084 dan signifikan < 0,05 dengan demikian hipotesis di terima.

Kata Kunci: Fasilitas, Pelayanan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

In the current era of globalization, competition in the business world is getting tighter. In general, the main needs of guests in the hotel are rest, sleep, bathing, eating, drinking, entertainment and others. But with the development and progress of the hotel today, the function of the hotel is not only as a place to stay or rest for guests, but its function is increased as a destination for conferences, national meetings and other such activities which certainly provide complete facilities and infrastructure. This study aims to determine the effect of facilities, and services on customer satisfaction. The sample used was 120 respondents with the Ancestral Sampling method. Data processing used descriptive analysis and multiple linear regression analysis which was processed with the help of SPSS version 20. The results showed all valid and reliable data. From the results of the t test it is known that t counts for the facility variable (X1), service (X2) t table 1.982 with a significant > 0.05. So the first Ho dan Ha are accepted. The f test shows F count > 3.084 and significance < 0.05, so the third hypothesis is accepted.

Keywords: Facilities, Customer Satisfaction Services.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL.....	
SURAT PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR RUMUS	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah.....	9
1.4. Perumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar.....	12
2.1.1. fasilitas	12
2.1.2. faktor faktor yang mempengaruhi fasilitas	14
2.2.1. pelayanan.	15
2.2.2. indikator kualitas pelayanan.....	17
2.2.3. strategi pelayanan.....	18
2.2.4. faktor faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan	19
2.3.1. kepuasan pelanggan	19
2.3.2. faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	21
2.3.3. hubungan fasilitas terhadap kepuasan	22
2.3.4. hubungan pelayanan terhadap kepuasan	22
2.4. Penelitian Terdahulu	23
2.5. Kerangka Pemikiran.....	24
2.6. Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	27
3.2. Operasional variabel.....	27

3.2.1. Variabel Independen	28
3.2.2. VariabelDependen.....	30
3.3. Populasi dan Sampel	31
3.3.1. Populasi.....	31
3.3.2. Sampel.....	31
3.4. Teknik pengumpulan Data	32
3.5. Metode Analisis Data.....	34
3.5.1. Analisis Deskriptif	34
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	36
3.5.2.1.Uji Validitas	36
3.5.2.2.Uji Realibilitas	37
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3.1.Uji Normalitas.....	39
3.5.3.2.Uji linearitas	40
3.5.3.3.Uji multikononlinearitas	40
3.5.3.4.UjiHeteroskedatisitas	41
3.5.4. Uji Pengaruh	42
3.5.4.1.Uji Regresi Linier Berganda	42
3.5.5.Uji Hipotesis	42
3.5.5.1.Uji t (Parsial).....	43
3.5.5.2.Uji F	44
3.5.5.3.Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	45
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	46
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	46
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. hasil penelitian	47
4.1.1. Profil Responden.....	47
4.1.2. Analisis Deskriptif	53
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	61
4.1.3.1.Uji Validitas	61
4.1.3.2.Uji Realibilitas	63
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.1.4.1.Uji Normalitas.....	65
4.1.4.2.Uji linearitas	68
4.1.4.3.Uji Multikolinieritas.....	69
4.1.4.4.UjiHeteroskedatisitas	70
4.1.5.Uji Pengaruh	71
4.1.5.1.Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	73
4.1.6.1.Uji t (Parsial).....	73
4.1.6.2.Uji F	74
4.1.6.3.Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	75
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	76

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	78
5.2 .Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1. Operasional Variabel X.....	30
Tabel 3.2. Operasional Variabel Y.....	31
Tabel 3.3. Kriteria Analisis Deskripsi.....	35
Tabel 3.4. Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1. jumlah kuesioner.....	47
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
Tabel 4.5. Data Responden Berdasarkan masa kerja.....	51
Tabel 4.6. Kriteria Analisis Deskriptif.....	53
Tabel 4.7. statistik deskriptif variabel fasilitas.....	53
Tabel 4.8. distribusi jawaban responden variabel kepuasan kerja.....	54
Tabel 4.9. deskriptif variabel pelayanan.....	56
Tabel 4.10. distribusi jawaban responden variabel lingkungan kerja.....	57
Tabel 4.11. diskritif variabel kepuasan pelanggan.....	59
Tabel 4.12. distribusi jawaban responden tentang variabel kepuasan pelanggan.....	60
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas kepuasan pelanggan.....	62
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas fasilitas dan pelayanan.....	63
Tabel 4.15. Indeks Reliabilitas kepuasan pelanggan.....	64
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas fasilitas dan pelayanan.....	65
Tabel 4.17. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	67
Tabel 4.18. Hasil Uji linearitas kepuasan pelanggan dan pelayanan.....	69
Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.20. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.21. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel 4.22. Hasil Uji t.....	73
Tabel 4.23. Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.24. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	25
Gambar 4.1 data Jenis kelamin responden	48
Gambar 4.2 data responden berdasarkan usia.....	49
Gambar 4.3 data responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	50
Gambar 4.4 data responden berdasarkan masa kerja.....	52
Gambar4.5. Hasil Uji Histogram.....	65
Gambar4.6. Hasil Uji Grafik Normal <i>P-P Plot of Regresion Standarized Residual</i>	66
Gambar4.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas - <i>Histogram Scatter Plot</i>	66

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1. <i>corrected item total corelation</i>	32
Rumus 3.2. <i>corrected item total corelation</i>	36
Rumus 3.3. <i>Metode Cronbach alpha</i>	37
Rumus 3.4. <i>Regresi Linier Berganda</i>	44
Rumus 3.5. <i>Koefisien Determinasi R²</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** :Kuesioner
- Lampiran 2** :Data Mentah Kuesioner
- Lampiran 3** :Output Hasil Uji SPSS 20
- Lampiran 4** :Daftar r tabel Statistika
- Lampiran 5** :Daftar t Tabel Statistika
- Lampiran 6** :Daftar f Tabel Statistika

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingannya maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya dengan berbagai strategi yang sesuai dengan jasa yang ia tawarkan.

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat. Globalisasi telah menyebabkan berbagai jenis industri berkembang dengan pesat. Hal ini membuat setiap perusahaan harus mampu bersaing dengan para kompetitornya dengan menerapkan strategi atau metode pemasaran yang tepat. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama membuat masing-masing perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkannya dibandingkan produk kompetitornya.

Pulau Batam adalah daerah industri yang tercantum dalam keputusan Presiden Nomor 41 tahun 1978 yang disempurnakan dengan dikeluarkan keputusan presiden Nomor 94 Tahun 1998. Dimana industri terbagi dua yaitu:

industri manufaktur dan jasa, salah satu industri jasa adalah hotel. Hotel adalah sarana untuk memenuhi kebutuhan.

tamu (wisatawan, pelancong dan pebisnis) sebagai tempat tinggal sementara. Pada umumnya kebutuhan utama para tamu dalam hotel adalah istirahat, tidur, mandi, makan, minum, hiburan dan lain-lain. Namun dengan perkembangan dan kemajuan hotel sekarang ini, fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap atau istirahat bagi para tamu, namun fungsinya bertambah sebagai tujuan konferensi, musyawarah nasional dan kegiatan lainnya semacam itu yang tentunya menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap.

Dengan demikian fungsi hotel sebagai suatu sarana komersial berfungsi bukan hanya untuk menginap, beristirahat, makan dan minum tetapi juga sebagai tempat melangsungkan berbagai macam kegiatan sesuai dengan tujuan industri hotel tersebut. Salah satu Hotel yang ada di Kota Batam adalah Hotel Sky In. Hotel Sky In termasuk kedalam klasifikasi hotel berbintang 4 yang berlokasi di Batu Aji Jalan Ruko Limanda Blok D Nomor 1-3.

Segala sesuatu yang dapat mempermudah dan melancarkan suatu usaha tersebut biasanya berupa benda-benda atau uang. Kegunaan fasilitas yang ada dalam perusahaan adalah supaya para pegawai yang bekerja di perusahaan dapat bekerja dengan nyaman. Fasilitas merupakan suatu bentuk pembelian manfaat dari perusahaan kepada konsumen pengguna yang diberikan atas dasar pembayaran sejumlah uang pada perusahaan jasa, fasilitas yang disediakan berupa alat-alat yang dapat menunjang dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Fasilitas pada hotel Sky In kurang dikarena biaya terbatas,

promosi yang kurang sehingga sedikit investor yang menanamkan sahamnya ke hotel ini. Penyebab lain kurang adanya kerjasama dalam memasarkan produk yang mereka punya kepada pelanggan sehingga banyak pelanggan merasa tidak puas untuk menginap di hotel tersebut, untuk menunjang kelancaran operasional hotel di setiap departemen harus dilengkapi dengan beberapa fasilitas untuk mendukung departemen dalam menjalankan operasionalnya. Tiap-tiap departemen mempunyai fasilitas yang berbeda, sesuai dengan fungsinya maupun tugasnya.

Adapun fasilitas standar yang terdapat pada masing-masing kamar tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1.Fasilitas Hotel Sky In

No	Nama Fasilitas	Total
1	Kamar mandi private	43
2	Tempat tidur	37
3	Ruang tidur	75
4	Lemari pakaian	51
5	Telepon	80
6	Televisi	80
7	Meja rias	39
8	Handuk	44
9	Air mineral	93

Sumber : Hotel Sky In

Dari keterangan tabel 1.1 maka Fasilitas Hotel Sky In Di Batam rendah karena fasilitas yang ada di hotel ini sedikit dibandingkan dengan hotel-hotel yang lain. Faktor lain yaitu seperti proporsi, tekstur dan warna yang harus dikombinasikan agar menarik para pelanggan, tata cahaya yang harus diperhatikan agar ruangan terlihat terang dan damai.

Kepuasan pelanggan rendah juga disebabkan oleh pelayanan. Pelayanan yang ada pada hotel ini yaitu 3S (Senyum, Salam, dan Sapa), tetapi masalah yang sering terjadi pada hotel tersebut banyak pegawai yang masih belum menerapkan 3S tersebut. Terdapat pelayanan yang kurang bagus yang terjadi di hotel ini, berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau pelanggan tersebut berada di hotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service dan lain-lain. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Di dalam suatu hotel pelayanan harus menjadi focus perhatian manajemen perusahaan ketika menjalankan bisnisnya, rendahnya suatu pelayanan yang diberikan mengakibatkan pelanggan tidak tertarik untuk menginap di hotel tersebut baik dalam kecepatan dalam melayani tamu,

kenyamanan yang diberikan, karena dengan adanya pelayanan yang baik yang diberikan sehingga menciptakan rasa aman dan puas kepada tamu yang menginap di hotel tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dalam kaitannya dengan harapan mereka masing-masing. Di sisi positif, konsumen yang merasa puas akan menjadi loyal dan akan melakukan pembelian kembali atau orang-orang yang mendapatkan pengalaman melebihi ekspektasinya dan yang paling menguntungkan adalah adanya promosi dari mulut ke mulut. Selain itu didalam kepuasan pelanggan kurangnya pelayanan penyampaian pesan-pesan yang kurang dimengerti pelanggan akan mengakibatkan pelanggan beralih ke pesaing yang lain, Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa kepada pelanggan sesuai dengan yang dipersepsikan pelanggan.

Berdasarkan observasi data dalam pengunjung tamu yang menginap di Hotel Sky In Di Kota Batam sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Pengunjung pada Hotel Sky Inn Tahun 2012-2016

No	Jumlah Tamu Menginap	Tahun
1	1990	2012
2	1873	2013
3	1963	2014
4	1849	2015
5	1881	2016

Sumber: Hotel Sky In

Berdasarkan dari data tabel 1.2 diatas menunjukkan terjadinya fluktuasi atau naik turunnya jumlah pelanggan yang menginap di Hotel Sky In dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh terjadinya penurunan jumlah pelanggan ini adalah pelanggan kurang puas dengan fasilitas dan pelayanan yang sudah diberikan oleh Hotel Sky In Di Kota Batam.

Menurut Bapak Ari Wibowo selaku Manajer Hotel Sky In memberitahukan yang paling mendasar penyebab menurunnya jumlah pelanggan yang menginap di Kota Batam yaitu Sarana parkir yang kurang memadai, lambatnya koneksi internet, pelayanan yang kurang maksimal. Syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar loyal dan terus menggarap pelanggan potensial baru agar tidak menjadi pelanggan perusahaan perhotelan lain. Hotel Sky In memiliki begitu banyak pesaing khususnya di Kota Batam. Hal tersebut tidak lepas dari hadirnya hotel-hotel berbintang lain yang meramaikan persaingan dalam industri perhotelan.

Adapun masalah yang sering dihadapi dalam Hotel Sky In adalah mengenai Fasilitas karena perlengkapan fasilitas yang kurang lengkap sehingga kebanyakan pelanggan yang menginap kurang puas dengan fasilitas yang mereka sediakan. Didalam pelayanan juga sama halnya kebanyakan pelanggan ingin mendapatkan pelayanan maksimal untuk merasa nyaman dengan menginap di hotel tersebut, Karena yang menjadi faktor penting dalam bidang jasa yaitu salah satu cara kita agar pelanggan betah dan merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang kita berikan sehingga pelanggan tidak memilih untuk melirik hotel-hotel yang lain.

Munculnya hotel-hotel lain membuat Hotel Sky In terus berbenah untuk tetap mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah ke para pesaingnya. Keadaan seperti itu tentu saja akan membawa dampak terhadap dunia perhotelan di Kota Batam. Bila hal tersebut berkembang dengan baik maka persaingan tersebut akan memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian di Kota Batam.

Industri perhotelan menjadi sangat penting mengingat kebutuhan terhadap hotel bagi wisatawan maupun pengusaha yang tengah melakukan bisnis di Kota Batam sangat tinggi. Hal tersebut yang mendorong meningkatnya pertumbuhan pembangunan hotel di Kota Batam. Selain itu masyarakat pun akan merasakan dampak yang ditimbulkan dari persaingan tersebut. Masyarakat akan dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam mengambil keputusan untuk memilih hotel, karena tiap hotel akan berusaha memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Hal ini membuat para manajer hotel berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya sehingga dapat memberikan *image* yang baik dimata

konsumen serta dapat menjadi media promosi yang baik melalui konsumen tersebut.

Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas/senang. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Hotel Sky In menyatakan bahwa masalah kepuasan pelanggan sering menjadi suatu objek penelitian. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi, hal itu juga selalu menjadi prioritas utama agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan lama. Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, dapat menciptakan loyalitas pelanggan, serta membantu suatu rekomendasi untuk mempengaruhi orang yang disekitarnya agar menginap di hotel, hal tersebut dapat menguntungkan bagi perusahaan. Dari penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **‘Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sky In Di Kota Batam’**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis dalam melakukan penelitian ini mengidentifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Fasilitas yang disediakan Hotel Sky In di Kota Batam kurang memenuhi sehingga pelanggan kurang tertarik untuk menginap.
2. Pelayanan yang disediakan Hotel Sky In kurang memadai sehingga

konsumen kurang puas dengan pelayanan yang mereka berikan.

3. Kurangnya fasilitas dan pelayanan sehingga konsumen merasa kurang puas untuk menginap di hotel tersebut.

1.3. Batasan Masalah

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian dan untuk memperjelas tujuan penelitian serta dengan keterbatasan waktu, dana, tenaga, teori-teori dan supaya penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah akan diteliti penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya membahas tentang fasilitas dan pelayanan Pada Hotel Sky In di kota Batam.
2. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Hotel Sky In di kota Batam

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Sky In di Kota Batam?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Sky In di Kota Batam?
3. Apakah fasilitas dan pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Sky In di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap tingkat kepuasan pelanggan Hotel Sky In di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Hotel Sky In di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Sky In di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka manfaat teoritis adalah sebagai dasar penyusunan skripsi mahasiswa mahasiswi di masa akan yang datang terutama mengenai peluang usaha terhadap peningkatan pendapatan Hotel Sky In di kota Batam.

1.6.2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu tentang pelayanan jasa perhotelan Hotel Sky In di Kota Batam.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan bahan kajian masukan bagi perusahaan dalam merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan yang strategis dalam rangka pengembangan perusahaan.

3. Bagi pembaca, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya atau menjadi bahan tambahan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009:143). . Sebagaimana yang dikemukakan oleh (Emmywati, 2016:4) Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia dilingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan (Faris L. Lumentut1, 2014:3).

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Menurut (Sugiyono, 2009:68) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan, bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan didalam suatu perusahaan.

Suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas. pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain:

- (1) kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan,

(2) kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan,

(3) kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan,

(4) kelengkapan alat yang digunakan fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2012:121) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu:

1. Pertimbangan atau perencanaan spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruangan

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.

3. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan atau perabotan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai saran pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para

pelanggan dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik dan penggunaannya.

4. Tata cahaya

Yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari (day lighting), warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan (terang, damai, segar, riang, gempita, dan lain-lan).

5. Warna

Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan berbagai keperluan seperti untuk meningkatkan efisiensi dalam ruang kerja, menimbulkan kesan refleksi. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dengan hubungan ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Menurut (arifin ikhsan, 2009:154) bahwa pelayanan (services) adalah berbagai tindakan atau kinerja yang mna satu pihak dapat menawarkannya kepada pihak lain. Pengertian pelayanan menurut (sedamayanti, 2010:242), Pelayanan berarti melayani suatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang.

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan guna memenuhi orang banyak disebut pelayanan umum.

Lebih jauh Menurut (sedamayanti, 2010:244) mengemukakan pelayanan umum merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang dengan landasan faktor materiil melalui system, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. (soetopo & napitupulu, 2012:128) mendefinisikan pelayanan sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain.

Menurut (Tjiptono, 2014:189), bahwa dalam proses pelayanan sendiri terdapat upaya saling memberi dan menerima suatu informasi. Karena apabila telah terjadi timbal balik dan memberikan suatu manfaat yang positif maka hal tersebut akan menimbulkan sesuatu yang bisa meningkatkan kepercayaan. Jika pelanggan percaya, berarti dia merasa puas dan kebutuhan yang dia butuhkan dan harapkan telah terpenuhi, sehingga secara otomatis akan muncul loyalitas atau kesetiaan dalam diri pelanggan tersebut.

Dari pendapat-pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Pelayanan juga diartikan sebagai jasa atau service yang diberikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kegesitan, dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

2.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi yang dapat dijadikan penentu kualitas pelayanan yaitu :

a. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan secara segera, sesuai harapan dan dapat memberi kepuasan. Para karyawan harus memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Atributnya adalah memberikan pelayanan sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang telah disepakati

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tanggap merupakan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa. Daya tanggap meliputi kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada pelanggan, keinginan dan kesiapan menanggapi pelanggan.

c. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan memberikan timbal balik dengan menciptakan keamanan dan kenyamanan bagi pelanggan. Jaminan mencakup

keterampilan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

d. Empati (*emphaty*)

perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e. Bukti Langsung (*tangibles*)

berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan serta penampilan karyawan.

2.2.3 Strategi Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017;356), strategi pelayanan yaitu bagian pasar teknologi, dan sebagainya, ini bagian sentral karena menguraikan budaya intern perusahaan, disamping citra ekstern yang diinginkan. Hal itu perlu dinyatakan secara tertulis dan dikomunikasikan secara meluas, sehingga tidak ada seorang pun yang meragukan apa yang dirancang untuk tanggapan pelanggan. Ini mencakup:

1. Keperluan pelanggan.

Tidak ada perusahaan yang bisa bertahan lama jika kebutuhan pelanggannya tidak didefinisikan sepenuhnya atau diabaikan setelah diketahui.

2. Kegiatan pesaing.

Tanpa pengetahuan tentang apa yang dilakukan pesaing utama, mustahil kita dapat memperoleh keuntungan melalui kualitas dan

inovasi pelayanan, paling tidak kita harus mengenal hasil yang kelihatan dari strategi pesaing. Kita perlu mengetahui mengapa konsumen produk dan jasa orang lain dan bukan nya milik perusahaan kita.

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Dalam menilai mutu pelayanan yang baik, setiap perusahaan baik yang bergerak dalam bidang produksi barang atau jasa akan senantiasa dihadapkan dengan pelayanan, dimana dalam prakteknya akan mengalami berbagai kesulitan. Dengan demikian setiap perusahaan harus menentukan standar dalam memberikan mutu pelayanan atau pelayanan berkualitas agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen atau pelanggan. Sementara konsumen sendiri mengalami kesulitan dalam memilih atau menentukan kualitas pelayanan.

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler, Philip&Keller, 2012:339) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil).

Menurut (Kotler, Philip&Keller, 2012;339) ada konsep inti mengenai objek pengukuran, berikut indikator kepuasan Pelanggan:

- a. Sistem keluhan dan saran
setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para

pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan) kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

b. Ghost Shopping

salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (ghost shopping) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

c. Lost Customer Analysis

perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang perlu tetapi pemantauan customer loss rate juga penting. Dimana peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

umumnya banyak peneliti mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survey, baik dengan survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey

perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Dan kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (bayu swasta, 2010;45).

Adapun penjelasan dari semua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk adalah *driver* kepuasan pelanggan yang multi dimensi. Pelanggan akan puas dengan produk yang dibeli jika produk tersebut berkualitas baik.
- b. Harga, pelanggan yang sensitive terhadap harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapat nilai yang tinggi.
- c. *Service quality* adalah konsep pelayanan yang terdiri dari tangibles, responsiveness. Reliability, assurance dan empathy.
- d. *Emotional faktor* adalah faktor ini berhubungan dengan gaya hidup seseorang.
- e. Biaya dan kemudahan adalah pelanggan akan semakin puas dengan relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.3.3 Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen. Semakin baik fasilitas yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya semakin buruk fasilitas yang ditawarkan maka semakin rendah kepuasan konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2012:46) persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

2.3.4 Hubungan Pelayanan Terhadap Kepuasan

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu produk/jasa sebagai akhir suatu proses pelayanan akan menjadi suatu dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan akan produk tersebut. Bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan jasa yang diperolehnya, dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk dan jasa yang telah dirasakan. Pelayanan dikemukakan oleh (arifin ikhsan, 2009:120), pelayanan merupakan serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Metode Statistik	Hasil Penelitian
1	Lumentut Dan Palandeng (2014)	Fasilitas, <i>Servicescape</i> , Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado	X ₁ : Fasilitas X ₂ : <i>Servicescape</i> X ₃ : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Konsumen	Analisis Regresi Linear Berganda	X ₁ → Y = +/sig X ₂ → Y = +/sig X ₃ → Y = +/sig
2	Haryanto (2013)	Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado	X ₁ : Kualitas Layanan X ₂ : Fasilitas X ₃ : Harga Y : Kepuasan Pengguna Jasa Layanan	Analisis Regresi Linear Berganda	X ₁ → Y = +/sig X ₂ → Y = +/sig X ₃ → Y = +/sig
3	Afriadi (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap	X ₁ : Kualitas Layanan X ₂ : Harga X ₃ : Fasilitas Y : Kepuasan Pasien Rawat Inap	Analisis Regresi Linear Berganda	X ₁ → Y = +/sig X ₂ → Y = +/sig X ₃ → Y = +/sig
4	Chandra Dan Teulung (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena	X ₁ : Kualitas Pelayanan X ₂ : Promosi X ₃ : Lokasi Y : Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena	Analisis Regresi Linear Berganda	X ₁ → Y = +/sig X ₂ → Y = +/sig X ₃ → Y = +/sig
5	Nugroho (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	X ₁ : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	Analisis Regresi Linier Sederhana	X ₁ → Y = +/sig

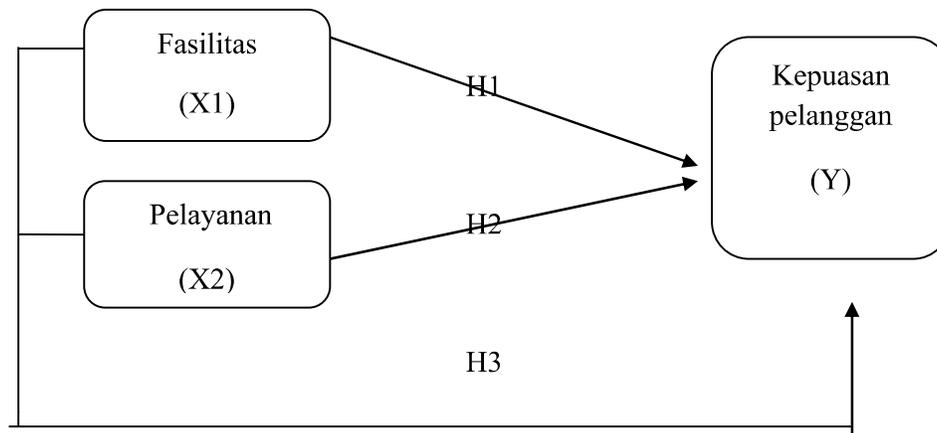
2.5 Kerangka Berfikir

Dalam (Sugiyono, 2014:38) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Suatu perusahaan yang ingin tetap service, tumbuh dan berkembang serta mampu bersaing secara kompetitif, harus dapat menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas serta dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Hal tersebut berlaku pula pada Hotel Sky In, dalam upaya lebih kompetitif dalam persaingan senantiasa berupaya untuk menyampaikan secara kontinu dan konsisten kualitas pelayanan yang lebih optimal.

Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan pemberian pelayanan dari suatu perusahaan. Jika pelanggan merasa mereka mendapat pelayanan dengan baik, maka pelanggan akan menjadi pelanggan tetap dan loyal. Begitu pula halnya dengan fasilitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Apabila fasilitas yang diberikan lengkap dan memadai maka akan menjadi faktor penentu pelanggan akan balik menggunakan jasa tersebut.

Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Berdasarkan teori yang dikemukakan di atas, maka pengembangan kerangka fikir dapat dilihat sebagai berikut ini :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Data Sekunder Yang Diolah (2014)

2.6 Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Pengertian untuk hipotesis tersebut adalah untuk hipotesis penelitian. Sedangkan secara statistic hipotesis diartikan sebagai penyertaan

mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sample penelitian (statistic).

Hipotesis adalah suatu penyertaan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya hubungan antar variabel.

Dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Hotel Sky In Batam

H₂ : Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Sky In Batam

H₃ : Fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Sky In Batam

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut (Sanusi, 2011:45) Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku. Untuk menerapkan metode ilmiah dalam praktik penelitian, maka diperlukan suatu desain penelitian yang sesuai dengan kondisi, seimbang dengan dalam dangkalnya penelitian yang akan dikerjakan, desain penelitian harus mengikuti metode penelitian. Berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan analisa data kuantitatif. Penelitian ini dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2014:78).

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Didalam penelitian ini akan

digunakan skala *Likert* 5 point. Skala *Likert* menggunakan lima tingkatan jawaban dengan susunan sebagai berikut, yaitu:

- a. Jawaban Sangat setuju diberi nilai 5
- b. Jawaban Setuju setuju diberi nilai 4
- c. Jawaban Ragu-ragu diberi nilai 3
- d. Jawaban Tidak setuju diberi nilai 2
- e. Sangat tidak setuju diberi nilai 1

Pada penelitian ini, responden diharuskan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia. Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *Likert*. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi fasilitas, pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3.2.1 Variabel Independen (Bebas)

Menurut (Sugiyono 2014:79) Variabel independen (variabel stimulus/predictor, antecedent) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel independen yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas (X_1)

Dalam (Sugiyono, 2009:68) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk

mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa,

Dari indikator yang dikemukakan (Sugiyono, 2009:68) indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kondisi Fasilitas
2. Kelengkapan
3. Desain Interior Dan Eksterior

2. Pelayanan (X₂)

Menurut (arifin ikhsan, 2009:154) service adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Dari indicator yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2012:346) indikator yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empaty*)
5. Bukti Langsung (*tangibles*)

Table 3.1 Variabel Independen Dan Indikatornya

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Fasilitas	1. Kondisi fasilitas 2. Kelengkapan 3. Desain Interior dan Eksterior	<i>likert</i>
2	Pelayanan	1. Keandalan (Reability) 2. Daya tanggap (Responsiveness) 3. Jaminan (Assurance) 4. Empati (Empaty) 5. Bukti Langsung (tangibles)	<i>likert</i>

Sumber:olah data peneliti (2017)

3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)

Dependent Variable atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, biasa dinotasikan dengan Y (Sugiyono, 2014:89). Yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Menurut (Kotler, Philip&Keller 2012:339) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil).

Menurut (Kotler, Philip&Keller 2012:339) ada konsep inti mengenai objek pengukuran, berikut indikator kepuasan Pelanggan:

1. Sistem keluhan dan saran
2. Ghost Shopping
3. Lost Customer Analysis
4. Survei Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3.2 Variabel Dependen dan Indikatornya

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Kepuasan pelanggan	1. Sistem keluhan dan saran 2. Ghost shopping 3. Lost Customer Analysis 4. Survey kepuasan pelanggan	<i>likert</i>

Sumber:olah data peneliti (2017)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014:79) Populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya.

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek yang diteliti itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Hotel Sky In sebanyak 120 orang.

3.3.2 Sampel

Dalam (Sugiyono, 2017:126) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara total sampling atau sampel jenuh atau juga disebut dengan sampel sensus, adalah teknik sampling yang dilakukan dengan menjadikan seluruh populasi sebagai sampel (Sugiyono, 2017:126).

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi 5% yaitu:

Rumus 3.1 Slovin

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

Sumber: Sanusi (2012 : 101)

Keterangan:

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

a= toleransi ketidak telitian (dalam persen)

dengan menggunakan rumus diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{171}{1 + 171 (0,05)^2}$$

$$= 119,8 \text{ atau } 120 \text{ orang}$$

Dari jumlah populasi sebesar 171 responden dengan kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir sebesar 5% maka didapat jumlah sampel minimal yang harus diambil adalah 120 responden. Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik random sampling (pengambilan sampel secara acak) tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu dalam Sugiyono (2014 : 82).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah

penelitian. Angket atau kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan disusun secara sistematis, kemudian dibagikan atau dikirim untuk diisi oleh responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara, yaitu:

1. Wawancara

Merupakan pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Wawancara bisa dilakukan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, dengan wawancara tatap muka atau bisa juga dilakukan melalui pesawat telepon. Wawancara melalui pesawat telepon digunakan karena keterbatasan waktu.

2. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik. Angket/kuesioner Merupakan pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan mengajukan secara tertulis kepada subjek penelitian baik secara langsung, atau mengirim kuesioner tersebut kepada responden.

Dikarenakan dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah karyawan Hotel Sky In, maka kuesioner penelitian ini akan dibagikan secara langsung oleh peneliti kepada semua responden.

3. Studi pustaka

Hal ini dimaksud untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian. Dilakukan dengan mempelajari buku-buku, jurnal penelitian dan hasil laporan lain yang ada referensinya.

Data sekunder merupakan data pelengkap atau penunjang yang relevan dengan kajian penelitian baik yang diperoleh dari sumber internal maupun eksternal.

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan proses berkelanjutan dalam penelitian, dengan analisis awal menginformasikan dan kemudian dikumpulkan. Agar data yang dikumpulkan dapat bermanfaat maka harus diolah dan dianalisis sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan dari analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang dikumpulkan.

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik regresi (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedestisitas) dan uji pengaruh (uji regresi berganda).

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai suatu data berupa

mean, sum, standar deviasi, variance, ragedan lain-lain, dan untuk mengukur distribusi data apakah normal atau tidak.

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian berpengaruh atau tidak. Jika hipotesis nol (H_0) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan (Sanusi, 2011:109).

Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan variabel penelitian, digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor kategori angket yang diperoleh semua responden. Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala *Likert* dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria skor kategori yang dimaksud adalah seperti pada tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskripsi

Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Tidak Baik/Rendah
2,60 – 3,39	Cukup/Sedang
3,40 – 4,19	Baik/Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber : (Sugiyono, 2014:156)

Didalam penelitian ini, analisis dilakukan berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada karyawan Hotel Sky In.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Penelitian ini berupa jawaban atau pemecahan masalah suatu penelitian, yang didasarkan pada hasil proses pengujian data meliputi: pemilihan, pengumpulan dan analisis data. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu : validitas dan reliabilitas.

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Validitas atau validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen guna mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Ada berbagai metode yang digunakan dalam uji validitas seperti korelasi *PearsonProduct Moment* (seperti metode analisis korelasi) atau melihat nilai *Corrected Item Total Correlation* pada pengujian reliabilitas dan analisis faktor (arikunto, 2010:98)

Validitas instrumen pada penelitian ini ditentukan dengan metode *Corrected Item-Total Correlation*. Analisis ini dilakukan untuk menghitung korelasi tiap item atau butir pertanyaan terhadap skor totalnya, namun dengan tidak melibatkan nilai skor item atau butir yang akan dihitung. Penggunaan analisis *corrected item* ini untuk menghindari koefisien nilai item atau butir yang over estimasi. Jadi analisis ini digunakan untuk mengukur korelasi masing-masing skor item terhadap skor total dan sekaligus melakukan tindakan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang over estimasi (Wibowo, 2012:47).

Alternatif menghitung validitas dengan teknik ini dapat dirumuskan dalam rumus perhitungan korelasi berikut ini:

$$r_{i(x-1)} = \frac{r_{ix}S_x - S_i}{\sqrt{[S_x^2 + S_i^2 - 2r_{ix}S_iS_x]}}$$

Rumus 3.1 Rumus *Corrected Item-Total Correlation*

Sumber: Wibowo (2012)

Keterangan:

$r_{i(x-1)}$ = Koefisien korelasi item – total setelah dikoreksi

r_{ix} = Koefisien korelasi item total sebelum dikoreksi

S_x = Standar deviasi skor total

S_i = standar deviasi skor item yang dihitung

Dari hasil output dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation* suatu nilai yang kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dapat dicari dengan membuka tabel r. Jika hasil *corrected item – total correlation* lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan item atau butir-butir pertanyaan tersebut adalah valid (Wibowo, 2012:51).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketepatan hasil.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila digunakan dalam beberapa kali

pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek tidak berubah.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Conbrach Alpha*. Uji ini dilakukan dengan menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha $>$ r tabel $df = (\alpha, n-2)$ (Wibowo, 2012:52). Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Conbrach Alpha* dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k + \sum \sigma_b^2} \sigma_1^2$$

Rumus 3.2 Rumus *Conbrach Alpha*

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pada butir

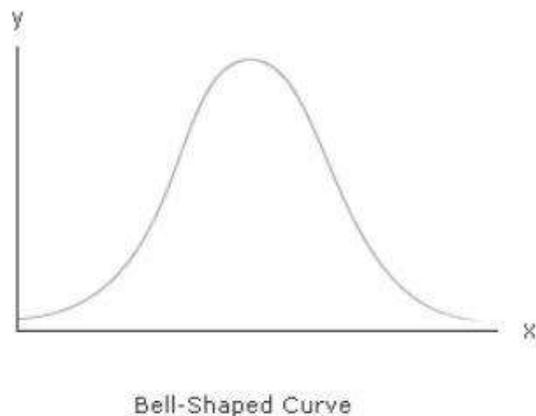
σ_1^2 = Varian total

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak biasa menjadi terpenuhi atau, sehingga prinsip *Best Linier Unbiased Estimator* atau BLUE terpenuhi (Wibowo, 2012:61).

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Sanusi, 2011:56). Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang jika digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell shaped curve* seperti gambar kurva di bawah ini:



Kedua sisi kurva melebar sampai titik tidak terhingga. Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika Nilai *Kolmogorv-Smirnov* $Z < Z$ tabel; atau menggunakan nilai *Probability Sig (2 tailed) > α* ; sig > 0,05 (Wibowo, 2012:62)

3.5.3.2 Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi diantara variabel yang sedang diteliti. Uji ini merupakan uji untuk melihat apakah ada hubungan linear yang signifikan dari dua buah variabel yang sedang diteliti. Uji ini juga merupakan prasyarat penggunaan analisis regresi dan korelasi.

Pengujian linearitas dengan menggunakan SPSS dapat dilakukan dengan perangkat *Test for Linearity*. Sama seperti pada standar default-nya dengan menggunakan tingkat signifikansi, alpha 0,05 maka suatu variabel memiliki hubungan linear dengan variabel lainnya jika signifikansi-nya lebih kecil dari 0,05 (Wibowo, 2012:62).

3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau 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.

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF).

Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (Wibowo, 2012:87).

3.5.3.4 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menunjukkan bahwa variansi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Suatu model dikatakan memiliki problem heterokedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Untuk melakukan uji heterokedastisitas dalam penelitian akan digunakan uji *Park Gleyser* dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi $>$ nilai alpha-nya, maka model tidak mengalami heterokedastisitas (Wibowo, 2012:93).

3.5.4. Uji Pengaruh

Uji pengaruh digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel-variabel independen ke variabel dependen. Uji pengaruh menggunakan teknik atau model-model variasi, baik teknik univariat atau teknik multivariat. Perbedaannya hanya terletak pada jumlah independen variabelnya. Jika hanya menggunakan sebuah independen variabel disebut dengan univariat (*univariate*). Jika menggunakan banyak independen variabel disebut dengan teknik multivaria.

Dalam penelitian ini, uji pengaruh yang digunakan meliputi uji regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji R square.

3.5.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hampir sama dengan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini memiliki perbedaan dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas jumlahnya lebih dari satu buah. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Variabel penjelas yang lebih dari satu buah inilah yang kemudian akan dianalisis sebagai variabel-variabel yang memiliki hubungan-pengaruh, dengan, dan terhadap, variabel yang dijelaskan atau variabel dependen. Model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya (Wibowo, 2012:126).

Bentuk persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

3.3 Rumus Regresi Linier Berganda

Sumber: Wibowo (2012)

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel respons)

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

x₁ = Variabel independen pertama

x₂ = Variabel independen kedua

ε : Faktor lain yang mempengaruhi

3.5.5.1. Uji t

Uji t digunakan untuk menilai apakah rata-rata dua kelompok secara statistik berbeda satu dengan yang lain. Uji t menilai apakah mean dan keberagaman dari dua kelompok berbeda secara statistik satu sama lain, analisis ini sangat cocok sebagai analisis dua kelompok rancangan percobaan acak.

Penggunaan uji t cocok ketika akan membandingkan rata-rata dua kelompok serta untuk menganalisis desain *experimental posttest* dua kelompok yang dipilih secara random (*posttest-only two-group randomized experimental design*). Yang dimaksud dengan perbedaan rata-rata secara statistik ialah adanya perbedaan variabelitas atau sebaran data antara kelompok yang dibandingkan. Maksudnya dua kelompok mempunyai perbedaan rata-rata jika sebaran data atau variabelitas

berbeda satu dengan yang lain. Analisis uji t digunakan untuk menguji perbedaan-perbedaan .

Asumsi penggunaan uji t diantaranya:

1. Data harus berdistribusi normal
2. Data berskala interval atau rasio
3. Ada kesamaan varian dengan menggunakan nilai pengujian F atau pengujian Levene
4. Sampel dapat dependen atau independen tergantung pada hipotesis dan jenis sampel. Sampel independen biasanya dua kelompok yang dipilih secara random. Sedangkan sampel dependen dapat dua kelompok yang dipasangkan pada variabel tertentu atau orang yang sama yang di uji dua kali atau disebut sebagai pengujian berulang (Sanusi, 2011:146).

3.5.5.2. Uji F

Uji f dikenal dengan uji serentak, yaitu uji yang melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Pengujian homogenitas dengan menggunakan uji F dapat dilakukan apabila data yang akan diuji hanya ada dua kelompok data/sampel. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan varian data terbesar dibagi varians data terkecil.

Langkah-langkah melakukan pengujian homogenitas dengan uji F sebagai berikut:

1. Tentukan taraf signifikan (α) untuk menguji hipotesis:

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2 \text{ (varian 1 sama dengan varians 2 atau homogen)}$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \text{ (varian 1 tidak sama dengan varians 2 atau tidak homogen)}$$

Dengan kriteria pengujian:

- a. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$; dan
 - b. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
2. Menghitung varian tiap kelompok data
 3. Tentukan nilai F_{hitung} , yaitu: $F_{hitung} = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$
 4. Tentukan nilai F_{tabel} untuk taraf signifikansi α , $dk_1 = dk_{pembilang} = n_a - 1$, dan $dk_2 = dk_{penyebut} = n_b - 1$. Dalam hal ini, $n_a =$ banyaknya data kelompok varian terbesar (pembilang) dan $n_b =$ banyaknya data kelompok varian terkecil (penyebut)
 5. Lakukan pengujian dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} .

3.5.5.3 Uji R Square

Uji R^2 atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa di jelaskan variabel lain.

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \dots, k$) secara bersama-sama. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas (Sanusi, 2012: 136). Dalam tabel ANOVA, nilai koefisien determinasi (R^2) dihitung dengan rumus berikut:

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

Rumus 3.4 Rumus Koefisien Determinasi (R^2)

Sumber: Sanusi (2012)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

SSR = Keragaman Regresi

SST = Keragaman Total

3.6 Lokasi dan Jadwal penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, adapun lokasi dan jadwal penelitian yang telah ditentukan, sebagai berikut:

3.6.1 Lokasi Penelitian

Merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian inidilakukan. Adapun penelitian ini dilakukan oleh peneliti di Hotel Sky In Ruko Limanda Blok D No. 1-3, Jalan Led.Jend Suprpto, Batu Aji, Buliang, Batu Aji, Kota Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 4 bulan, yaitu, dari bulan September 2017 sampai dengan desember 2017.

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan						
	Septem ber	Okto Ber	Novemb er	Desembe r	Janua ri	Februa ri	Maret
Menentukan Judul	■						
Bimbingan Skripsi	■						
Perumusan Penelitian	■						
Studi Pustaka		■					
Metodologi Penelitian		■					
Rancangan Kuesioner			■				
Penyebaran kuesioner			■				
Pengumpulan Data				■			
Penyusunan Laporan Akhir					■	■	
Sidang skripsi							■