

**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA FORMOSA HOTEL BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Bebby Sinsanto  
150910358**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2019**

**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA FORMOSA HOTEL BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Bebby Sinsanto  
150910358**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2019**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Beby Sinsanto  
NPM/NIP : 150910358  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:  
**“PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA FORMOSA HOTEL 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”** 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, 2 Februari 2019



Beby Sinsanto

150910358

**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
FORMOSA HOTEL BATAM**

**SKRIPSI**

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

Oleh:  
**Bebby Sinsanto**  
150910358

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini

Batam, 02 Februari 2019



Suhardi, S.E., M.M.

---

Pembimbing



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Formosa Hotel Batam. Di dalam penelitian ini populasi adalah seluruh pelanggan di Formosa Hotel Batam pada bulan Juni 2018 yang berjumlah 1455 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling*, dimana pengambilan sampel ini dihitung dengan menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 5% dan mendapatkan hasil 314 responden dan digunakan menjadi sampel dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 21. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diketahui bahwa untuk variabel bebas yaitu fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F sebesar 27,482 lebih besar dari f tabel sebesar 3,02 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05 menunjukkan bahwa variabel fasilitas, variabel harga dan variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of facilities, prices and service quality on Formosa Hotel Batam customer satisfaction. In this study the population is all customers in Formosa Batam Hotels in June 2018 which amounted to 1455 customers. The sampling technique used is Probability Sampling, where sampling is calculated using Slovin formula with a problem level of 5% and get the results of 314 respondents and used as a sample in this study. Data collection techniques in this study used a questionnaire. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS (Product and Service Solution) calculation tool version 21. The results in this study indicate that from the results of the t test, it is known that for independent variables namely facilities significantly influence customer satisfaction, prices have a significant effect on customer satisfaction, and service quality has a significant effect on customer satisfaction. The F test results of 27.482 are greater than f table of 3.02 with a significance value of 0.000 which is smaller than the value of  $\alpha$  0.05 indicating that facility variables, price variables and service quality variables jointly influence customer satisfaction.*

**Key words:** *Facilities, Price, Service Quality, Customer Satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

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

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

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., 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 Sosia dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi yang sudah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Bapak Steven selaku HRD Formosa Hotel Batam yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian diperusahaan;
7. Seluruh karyawan Formosa Hotel Batam yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi;
8. Kedua orang tua yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis;
9. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukkan dan semangat dalam penulisan skripsi;
10. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

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

Batam, 02 Februari 2019

Beby Sinsanto

150910358

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ivi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Teori Dasar .....	10
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.2 Fasilitas .....	14
2.1.3 Harga .....	18
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26

2.4	Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Operasional Variabel.....	29
3.2.1	Variabel Bebas (Independence Variable).....	29
3.2.2	Variabel Terikat atau Variabel Tergantung ( <i>Dependent Variabel</i> ) .....	30
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
3.3.1	Populasi Penelitian.....	32
3.3.2	Sample Penelitian .....	32
3.4	Sumber Data Penelitian .....	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6	Metode Analisis Data .....	35
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	35
3.6.2	Uji Validatis Data .....	36
3.6.1	Uji Reliabilitas Data.....	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.3	Uji Hipotetsis.....	41
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitians .....	44
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	44
3.7.2	Jadwal Penelitian .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>46</b>
4.1	Profil Responden.....	46
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	48
4.2	Hasil Penelitian .....	49
4.2.1	Analisi Deskriptif.....	49

4.2.2	Uji Kualitas Data .....	56
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.4	Uji Pengaruh.....	67
4.2.5	Uji Hipotesis.....	70
4.3	Pembahasan .....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>76</b>
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>83</b>
<b>SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....</b>		<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Histogram.....	62
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Satuan Kamar Sesama Hotel Bintang 3 .....	4
Tabel 1.2 Tingkat Penjualan Januari – Juni 2018.....	5
Tabel 2.1 Peneliti terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	24
Tabel 3.2 Tingkat Validitas.....	37
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Reponden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	48
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskripsi.....	49
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas (X1) .....	50
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga (X2).....	51
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....	52
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1).....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2) .....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	59
Tabel 4.13 Indeks Koefisien Reliabilitas .....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	69
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F).....	72



## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Slovin</i> .....	32
Rumus 3.2 Rumus Skala .....	36
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i> .....	36
Rumus 3.4 Uji Realibilitas .....	38
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda .....	411
Rumus 3.6 Uji $R^2$ .....	42
Rumus 3.7 Uji $R^2$ .....	43

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat berarti juga meningkatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat tersebut dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang baru maupun lama ingin bertahan harus memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri yang akan menjadikan suatu nilai plus bagi kepuasan pelanggan. Perusahaan juga harus lebih cermat dan tanggap dalam mengamati kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhi keinginan tersebut sehingga dapat menambah kontribusi kepuasan pelanggan dengan fasilitas, harga dan kualitas pelayanan yang dimiliki.

Fasilitas kerja yang terbatas dan tidak dapat digunakan dengan baik akan menghambat penyelesaian pekerjaan, sebaliknya fasilitas kerja yang cukup dan layak pakai dapat menunjang penyelesaian pekerjaan dengan cepat dan tepat sehingga kinerja yang maksimal. Penelitian ini diperkuat oleh (Arianto & Muhammad, 2018: 107) bahwa, secara simultan fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Hotel Dharmawangsa. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui fasilitas, maka perlu diadakan dan diciptakan suatu fasilitas yang dapat membantu dan mendorong proses kerja yang baik hendaknya tersedia fasilitas yang memadai.

Fasilitas yang dimaksud dalam hal ini adalah sarana dan prasarana yang tersedia di perusahaan yang mendukung proses kerjaan seperti ruang atau tempat konsultasi, alat-alat kantor, penerangan yang cukup dan suasana tempat konsultasi yang tenang. Sehingga seseorang dapat merasakan kenyamanan dan dapat meningkatkan loyalitas pekerja didalam perusahaan tersebut. Seseorang tidak cukup hanya dengan memiliki dorongan yang kuat untuk mewujudkan tujuan dan meraih kepuasan.

Didalam perjalanan perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan pasti ada kalanya perusahaan harus menetapkan harga satuan kamar yang mengikuti perkembangan ekonomi suatu negara, agar dapat memberikan harga yang ekonomis bagi pelanggan. Sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan mendapatkan pelanggan yang baru. Penelitian ini diperkuat oleh Surbakti, (2017: 82) bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Memberikan pelayanan yang unggul merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru. Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima). Penelitian ini diperkuat oleh (Tokan et al., 2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Listrik Pintar (Listrik Prabayar / Pulsa).

Kepuasan pelanggan menunjuk pada perasaan senang dan kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/jasa terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan yang didapatkan oleh perusahaan sering juga melihat hasil kinerja karyawan yang bagus sehingga pelanggan menikmatinya dengan baik. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa melihat keinginan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika menggunakan barang atau jasa tersebut. Penelitian ini diperkuat oleh (Arianto & Mahmudah 2014) bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen di Jatiroso *Catring Service*.

Formosa Hotel Batam yang berlokasi di Nagoya Plaza BI A/8, Batam ini merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan. Perusahaan ini telah berdiri selama sembilan belas tahun, dimulai dari tahun 1999. Setiap karyawan Formosa Hotel Batam memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan jabatan yang diterima dan ini dinamakan *person incharge*.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada pelanggan maka perlu diperhatikan faktor-faktor fasilitas, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dikarenakan ruang yang terbatas sehingga fasilitas seperti memiliki tempat *gym* tetapi tidak memiliki kamar mandi, hotel bintang 3 yang tidak memiliki kolam renang sehingga fasilitas pada Formosa Hotel Batam masih perlu ditingkatkan.

**Tabel 1.1** Harga Satuan Kamar Sesama Hotel Bintang 3

<b>Jenis Kamar</b>	<b>Formosa Hotel</b>	<b>Nagoya Plaza Hotel</b>	<b>Harbourbay Amir Hotel</b>
Deluxe	Rp. 859.259	Rp. 880.000	Rp. 997.333
Deluxe Business	Rp. 785.184	Rp. 598.667	Rp. 757.333
Deluxe Family Room	Rp. 1.185.184	Rp. 833.333	-
Executive Suite	Rp. 1.481.481	-	Rp. 1.170.667

**Sumber :** Traveloka (diakses 20 Oktober 2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa harga kamar jenis *deluxe* yang dimiliki oleh Formosa Hotel lebih murah ketimbang Nagoya Plaza Hotel dan Harbourbay Amir Hotel, namun dibandingkan dengan harga jenis kamar *deluxe business*, *deluxe family room* maupun *executive suite* yang dimiliki Formosa Hotel lebih mahal ketimbang Nagoya Plaza Hotel dan Harbourbay Amir Hotel. Masing-masing hotel memiliki kelebihan maupun kekurangan jenis kamar yang sudah disediakan dan harga juga sudah ditetapkan oleh masing-masing hotel untuk menarik perhatian dari pelanggan. Harga berkaitan dengan adanya pelanggan baru yang datang, sehingga pihak perusahaan harus menetapkan harga yang sesuai dan terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memuaskan pelanggan dan mendatangkan pelanggan yang baru.

Adapun tingkat penjualan Formosa Hotel periode Januari sampai Juni 2018 dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut.

**Tabel 1.2** Tingkat Penjualan Januari - Juni 2018

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>	<b>Penjualan</b>
Januari	1765	Rp 1.876.661.904
Februari	1996	Rp 2.009.503.080
Maret	2199	Rp 2.359.570.865
April	2046	Rp 2.057.341.088
Mei	1898	Rp 1.926.538.585
Juni	1455	Rp 1.583.968.103

**Sumber :** Formosa Hotel Batam, 2018

Berdasarkan data tabel 1.2 di atas dapat dijelaskan bahwa tingkat penjualan Formosa Hotel mengalami fluktuatif untuk tingkat penjualan paling tinggi adalah di bulan Maret 2018 dan tingkat penjualan paling rendah di bulan Juni 2018. Disini adalah peneliti dapat menduga bahwa adanya kesalahan yang terjadi didalam perusahaan yang menyebabkan menurunnya penjualan perusahaan. Salah satu faktor penyebab adalah tingkat pelayanan, harga yang tidak sesuai, dan fasilitas yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan sehingga tidak adanya promosi antara mulut ke mulut untuk merekomendasikan pelanggan baru untuk datang menginap di Formosa Hotel Batam. Pada saat peneliti melakukan survey awal peneliti melihat kurangnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan contohnya tidak adanya *front officer* memberitahukan arah kamar hotel ke pelanggan sehingga terkadang pelanggan harus menanya lagi ke karyawan, masih kurangnya keamanan dalam membantu pelanggan membawakan barang terkadang karyawan tidak menanyakan

apa yang dibawa sehingga barang yang mudah pecah sering terjadi karena banyak turis yang membeli oleh-oleh bahan dasar kaca, pelayanan yang kurang masih sering kali terjadi pada pelanggan Formosa Hotel Batam.

Pelanggan dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan-pertimbangan seperti fasilitas, harga dan kualitas pelayanan yang ada pada setiap hotel. Hal ini penting sekali untuk diingat bahwa pelanggan selalu mencari pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan penginapan secara berulang atau tidak akan merekomendasikan kepada calon pelanggan lain, hal ini akan berdampak negatif terhadap pihak perusahaan dikarenakan fasilitas yang seharusnya ada di perhotelan tetapi tidak ada, harga yang tinggi masih perlu ditinjau dan direvisi ulang, kualitas pelayanan yang masih perlu diperhatikan sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul untuk skripsi **Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Formosa Hotel Batam.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas tentang fasilitas, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam, dan

oleh karena itu berdasarkan latar belakang penelitian, sehingga peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Minimnya fasilitas yang tersedia dalam hal ini bisa kita lihat memiliki tempat *gym* tetapi tidak memiliki kamar mandi, hotel bintang 3 yang tidak memiliki kolam renang.
2. Mahalnya harga ruangan yang dapat dilihat dari perbandingan antara Nagoya Plaza Hotel dan Harbourbay Amir Hotel.
3. Minimnya pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan dari *front office* yang tidak memberitahukan arah kamar dan kurangnya keamanan karyawan dalam membantu membawakan barang tamu.
4. Pelanggan merasa kurang puas dengan fasilitas, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan penelitian ini tidak membias kemana-mana, sehingga peneliti memfokuskan dan membatasi penelitian hanya pada fasilitas, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah tersebut di atas sehingga peneliti dapat merumuskan masalah di dalam penelitian ini, yaitu:



1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam?
4. Apakah fasilitas, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Selain dari tujuan, sebuah penelitian juga mempunyai manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis yang berguna bagi semua masyarakat. Karena

ketika sesuatu itu bermanfaat maka dia akan menjadi pedoman dalam mengambil sebuah keputusan maupun tindakan, berikut peneliti menulis manfaat penelitian sebagai berikut:

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penambahan ilmu bagi peneliti sendiri;
2. Pengembangan konsep mengenai pengaruh fasilitas, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti  
Menambah wawasan peneliti karena dapat mengimplementasikan ilmu yang dipelajari selama kuliah.
2. Bagi Universitas Putera Batam  
Penambahan buku referensi dalam perpustakaan Universitas Putera Batam.
3. Bagi Formosa Hotel Batam  
Peneliti berharap, dengan adanya penelitian ini perusahaan memperoleh masukan yang positif dan membangun, yang dapat menambah kepuasan setiap pelanggan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Kepuasan Pelanggan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini lebih atau kurang (Harijanto & Ariyanto, 2014: 44). Berdasarkan pendapat Gultom et al., (2014: 3) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

Kepuasan pelanggan Lisnasari et al., (2016: 34) adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Diasari, 2016: 4).

Menurut Masloman et al., (2014: 592) kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai ekspektasi,

pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.

Menurut Gulla et al., (2015: 1314) kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian sedangkan menurut (Tokan et al., 2016: 363) kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seorang tentang kinerja (hasil) produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipikirkan terhadap hasil kepada pelanggan.

#### **2.1.1.2 Komponen dalam Kepuasan Pelanggan**

Komponen dalam kepuasan menurut Harminingtyas, (2014: 32-33) mengatakan bahwa ada banyak definisi kepuasan konsumen, namun tetap mengacu kepada tiga komponen umum yang dapat mengidentifikasi kepuasan pelanggan, yakni:

1. Respon tipe dan intensitas

Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif.

Intensitas responnya mulai dari yang sangat puas dan menyukai produk tersebut sampai sikap yang apatis terhadap suatu produk.

2. Fokus

Fokus pada performansi objek disesuaikan dengan beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

### 3. Waktu respon

Respon terjadi pada waktu tertentu setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, sebagai tambahannya durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

#### **2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Yanuar et al., (2017: 62-65) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada empat, yaitu:

##### 1. Kualitas produk

Karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan bersifat laten.

##### 2. Harga

Jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

##### 3. Promosi

Komunikasi oleh pemasaran yang menginformasikan dan mengingatkan calon pembeli tentang sebuah produk untuk mempengaruhi suatu pendapat atau memperoleh suatu respon.

#### 4. Kualitas pelayanan

Suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan.

Menurut Diasari, (2016: 5) mengungkapkan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila setelah mengkonsumsi produk tersebut terbukti berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang berkualitas serta sesuai dengan harapan konsumen.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, rasa bangga tadi akan membuat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi anggapan masyarakat (sosial) karena konsumen menggunakan produk tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
5. Biaya dan kemudahan, yaitu konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan dari produk tertentu.

#### **2.1.1.4 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Adapun indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini diambil menurut pandangan Arianto & Mahmudah, (2014: 111) yaitu:

1. Kepuasan jasa secara menyeluruh

Para konsumen yang memakai jasa akan merasa puas saat melihat pekerjaan yang dikerjakan selesai dengan bagus dan tidak mengecewakan konsumen.

2. Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen yang merasa puas akan memberi informasi kepada kerabat dan temannya, jika kinerja yang dilakukan itu bagus.

3. Akan menggunakan jasa kembali

Konsumen puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, pelanggan pasti akan menggunakan kembali produk dan jasa.

#### **2.1.2 Fasilitas**

##### **2.1.2.1 Pengertian Fasilitas**

Pada suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktifitas di perusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Penyediaan perlengkapan–perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas–aktivitas atau kegiatan–kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel (Arianto & Muhammad, 2018: 110).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia Yudha, (2016: 145) fasilitas adalah segala hal yang dapat mempermudah perkara (kelancaran tugas dan sebagainya) atau kemudahan. Pengertian fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang memudahkan dan melancarkan pelaksanaan sesuatu usaha yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha ini dapat berupa benda. Fasilitas kerja yang terbatas dan tidak dapat digunakan dengan baik akan menghambat penyelesaian pekerjaan, sebaliknya fasilitas kerja yang cukup dan layak pakai dapat menunjang penyelesaian pekerjaan dengan cepat dan tepat sehingga kinerja yang maksimal (Eka & Ismiyati, 2015: 563).

Menurut Wibisono & Khasanah, (2015: 4) adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pemerintah atau swasta untuk masyarakat. Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dapat menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa (Lumentut & Palandeng, 2014: 127).

Menurut Moha & Loindong, (2016: 577) mendefinisikan 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. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses



menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan kerja untuk memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan.

#### **2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas**

Menurut Apriyadi, (2016: 73-74) faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas jasa ada enam, yaitu:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relatif besar.

4. Faktor *estetis*

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas.

### 2.1.2.3 Indikator Fasilitas

Adapun indikator fasilitas pada penelitian ini diambil menurut pandangan Lumentut & Palandeng, (2014: 129) yaitu:

1. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain, seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahan.

2. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan atau perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan.

3. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

### **2.1.3 Harga**

#### **2.1.3.1 Pengertian Harga**

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Adapun beberapa pengertian harga menurut para ahli sebagai berikut

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Sintya et al., 2018: 1779). Harga sering ditetapkan untuk memuaskan permintaan dan mencerminkan premi yang bersedia dibayarkan konsumen untuk sebuah produk maupun jasa (Surbakti, 2017: 85). Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (David & Lego, 2016: 725). Harga adalah suatu imbalan yang berupa pembayaran yang diterima oleh karena telah menyerahkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen (Utami et al., 2016: 672). Harga merupakan faktor utama dalam penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan (Burhanudin, 2018: 78).

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar untuk membeli barang maupun jasa dimana dapat mempengaruhi keputusan pelanggan saat melakukan transaksi.

### **2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga**

Menurut Riyono, (2016: 100) faktor-faktor yang mempengaruhi harga ada empat, yaitu:

1. Biaya

Biaya merupakan dasar harga yang dibebankan perusahaan terhadap produknya agar tidak menderita kerugian.

2. Laba

Laba adalah selisih antara hasil penjualan dan hasil pembelian.

3. Pesaing

Dalam menentukan harga, perusahaan juga biasanya melihat tingkat persaingan pasar.

4. Perubahan keinginan pasar

Sebelum menetapkan harga, perusahaan sebaiknya memahami faktor eksternal seperti harga pasar dan harga permintaan atas produknya dan kenali jenis pasar tersebut, apakah tergolong sebagai pasar persaingan

sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopolistik, atau justru monopoli murni.

### **2.1.3.3 Indikator Harga**

Adapun indikator harga pada penelitian ini diambil menurut pandangan Riyono, (2016: 101) yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

3. Daya saing harga

Yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

## **2.1.4 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah sebuah keharusan yang harus dijaga dan ditingkatkan bila sebuah perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan dunia bisnis Chandra & Tielung, (2015: 961). Bukan hanya karena konsumen adalah raja namun saat ini konsumen sudah semakin cerdas dalam menentukan pilihan produk atau jasa mana yang akan dibeli. Kualitas pelayanan dapat menjadi tolak ukur bagaimana suatu perusahaan tetap menjadi unggul dalam menyediakan fasilitas pelayanan yang baik bagi para pelanggannya secara konsisten.

Menurut Gulla et al., (2015: 1315) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Moha & Loindong, 2016: 577).

Kualitas pelayanan menurut Noviyanti, (2018: 24) adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan mengakibatkan kepuasan yang tinggi pula sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan pembeli akan terus membeli berulang-ulang karena pelanggan beranggapan bahwa sudah mendapatkan pelayanan yang bermutu. Kualitas pelayanan sebagai

ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Lubis & Andayani, (2017: 88) kualitas pelayanan adalah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain sedangkan menurut (Mardizal et al., 2017: 129) mendefinisikan kualitas layanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli tersebut di atas sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan yang harus terus dijaga dan ditingkatkan untuk memenuhi keinginan dan harapan kepuasan pelanggan.

#### **2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut Moha & Loindong, (2016: 576) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ada dua, yaitu:

1. *Expected service* (pengalaman yang diharapkan)

Pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

2. *Perceived service* (pelayanan yang diterima)

Ukuran selisih antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

### 2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini diambil menurut pandangan Lubis & Andayani, (2017: 88-89) yaitu:

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.

2. *Responsiveness* (daya tanggap)

Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

3. *Assurance* (jaminan)

Dimensi ini meliputi suatu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam melayani konsumen.

4. *Emphaty* (empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

5. *Tangibles* (bukti langsung)

Meliputi penampilan fisik dan perlengkapan.



## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1** Peneliti Terdahulu

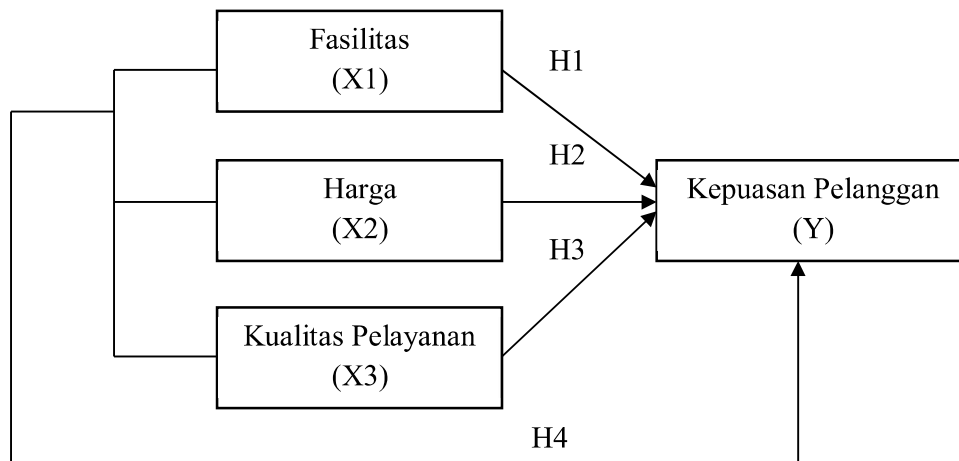
No	Nama Peneliti / Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian terdahulu
1	Moha & Loindong, (2016 : 575) ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL YUTA DI KOTA MANADO	Variabel Indenpenden: Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2).  Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitan menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2	Lumentut & Palandeng, (2014 : 126) FASILITAS, <i>SERVICESC</i> APE, DAN KUALITAS PELAYANAN, PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD'S MANADO	Variabel Indenpenden: Fasilitas (X1), <i>Servicescape</i> (X2), Kualitas Pelayanan (X3).  Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen(Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial fasilitas, <i>servicescape</i> , dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Arianto & Muhammad, (2018 : 107) PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA HOTEL DHARMAWANGS A	Variabel Indenpenden: Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2).  Variabel Dependen : Kepuasan Pengunjung (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dan pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sementara hasil secara simultan fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
4	Gulla et al., (2015 : 1313) ANALISIS HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL	Variabel Indenpenden: Harga (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3).  Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

	MANADO GRACE INN		
5	Noviyanti, (2018 : 21) PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV USAHA MANDIRI JAKARTA SELATAN	Variabel Indenden: Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2).  Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 28,2% terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 25,1% sedangkan pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,7%.
6	Masloman et al., (2014: 589) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN MULTIMART RANOTAMA MANADO	Variabel Indenden: Kualitas Pelayanan (X1), <i>Servicescape</i> (X2).  Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitian menunjukkan baik secara simultan dan parsial kualitas layanan <i>servicescape</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7	Apriyadi, (2017: 71) ANALISIS PENGARUH KETEPATAN WAKTU, FASILITAS, DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KERETA API DI STASIUN PURWOSARI	Variabel Indenden: Waktu (X1), Fasilitas (X2), Harga (X3).  Variabel Dependen: Kepuasan Penumpang (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Purwosari.

**Sumber:** (Moha & Loindong, 2016), (Lumentut & Palandeng, 2014), (Arianto & Muhammad, 2018), (Gulla et al., 2015), (Noviyanti, 2018), (Masloman et al., 2014), (Apriyadi, 2017)

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Fasilitas (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Ada pun kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



**Gambar 2.1** Kerangka Berpikir

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tinjauan pustaka beserta kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel  
Batam.
- H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel  
Batam.
- H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada  
Formosa Hotel Batam.
- H4 : Fasilitas, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan  
terhadap kepuasan pelanggan pada Formosa Hotel Batam.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian atau sering disebut instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau yang digunakan untuk mengumpulkan data Afrizal, (2016: 134). Desain penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian asosiatif. Menurut (Moha & Loindong, 2016) penelitian pendekatan asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, memprediksikan dan mengontrol suatu gejala. Pada penelitian ini terdapat empat variabel penelitian yang berhubungan, yaitu variabel  $X_1$  (Fasilitas),  $X_2$  (Harga),  $X_3$  (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Y (Kepuasan pelanggan).

#### **3.2 Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian Achmadi, (2016: 118). Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, antara lain variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

### **3.2.1 Variabel Bebas (Independence Variable)**

Variabel bebas atau *Independence variable* adalah kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi Achmadi, (2016: 119). Variabel bebas menurut (Irina, 2017: 67) adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki pula berbagai aspek atau unsur, yang berfungsi mempengaruhi atau menentukan munculnya variabel lain yang disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah sebagai berikut:

#### **3.2.1.1 Fasilitas ( $X_1$ )**

Adapun indikator fasilitas pada penelitian ini diambil menurut pandangan Lumentut & Palandeng, (2014: 129) yaitu:

1. Perencanaan ruang
2. Perlengkapan atau perabotan
3. Tata cahaya dan warna

#### **3.2.1.2 Harga ( $X_2$ )**

Adapun indikator harga pada penelitian ini diambil menurut pandangan Riyono, (2016: 101) yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

### 3.2.1.3 Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

Adapun indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini diambil menurut pandangan Lubis & Andayani, (2017: 88-89) yaitu:

1. *Reliability* (keandalan)
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
3. *Assurance* (jaminan)
4. *Emphaty* (empati)
5. *Tangibles* (bukti langsung)

### 3.2.2 Variabel Terikat atau Variabel Tergantung (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi, pengubah atau mengganti variabel bebas Achmadi, (2016: 119). Variabel terikat menurut (Irina, 2017: 69) adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki pula sejumlah aspek atau unsur di dalamnya yang berfungsi menerima atau menyesuaikan diri dengan kondisi variabel lain, yang disebut variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah kepuasan pelanggan (Y). Adapun indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini diambil menurut pandangan Arianto & Mahmudah, (2014: 111) yaitu :

1. Kepuasan jasa secara menyeluruh
2. Merekomendasikan kepada pihak lain
3. Akan menggunakan jasa kembali

**Tabel 3.1**

## Variabel penelitian dan Definisi Operasional

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Fasilitas	Menurut Wibisono & Khasanah, (2015: 4) Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pemerintah atau swasta untuk masyarakat.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan ruang</li> <li>2. Perlengkapan atau perabotan</li> <li>3. Tata cahaya dan warna</li> </ol>
Harga	Menurut Sintya et al., (2018: 1779). Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelanggan dari suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan Harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> </ol>
Kualitas Pelayanan	Menurut Noviyanti, (2018: 24) Kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Reliability</i> (keandalan)</li> <li>2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)</li> <li>3. <i>Assurance</i> (jaminan)</li> <li>4. <i>Emphaty</i> (empati)</li> <li>5. <i>Tangibles</i> (bukti langsung)</li> </ol>
Kepuasan Pelanggan	Menurut Lisnasari et al., (2016: 34) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merekomendasikan kepada pihak lain</li> <li>2. Akan menggunakan jasa kembali</li> </ol>



### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2012: 61). Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah pada bulan Juni 2018 sebesar 1455 pelanggan pada Formosa Hotel Batam.

#### 3.3.2 Sample Penelitian

Menurut Sukestiyarno, (2014: 142) sampel merupakan bagian dari populasi yang sengaja dipilih secara representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian adalah teknik *probability sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012: 63). Pada penelitian ini jumlah populasi pelanggan pada Formosa Hotel Batam 1455 pelanggan. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan didalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin:

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

**Sumber:** Sanusi, (2011: 101)

Keterangan:

- n = ukuran sampel  
 N = ukuran populasi  
 1 = konstanta  
 $\alpha^2$  = kelonggaran ketidaktelitian

Sesuai dengan rumus diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1455}{1 + (1455 \cdot 0,05^2)} = \frac{1455}{1 + (1455 \cdot 0,0025)} = \frac{1455}{4,6375} = 313,74$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan sesuai dengan rumus Slovin, maka didapatkan sampel 313,74 yang dibulatkan menjadi 314 pelanggan yang berasal dari populasi bulan Juni 2018 sebesar 1455 pelanggan dengan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5%.

### 3.4 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu mendapatkan data secara langsung dari lapangan dengan menggunakan metode pembagian kuesioner untuk mengetahui tanggapan mengenai pengaruh fasilitas, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Formosa Hotel Batam. Data primer menurut (Himawati, 2017: 18) adalah data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survei, cara observasi, dan cara dokumentasi Sanusi, (2011: 105-114). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuesioner atau angket. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti (Achmadi, 2016: 76). Kuesioner berisi pertanyaan mengenai data responden, data penelitian pengaruh fasilitas, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Formosa Hotel Batam.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2012: 92). Skala *likert* lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Dalam penelitian ini untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat di beri skor misalnya:

- |                        |   |   |
|------------------------|---|---|
| 1. Sangat setuju       | = | 5 |
| 2. Setuju              | = | 4 |
| 3. Ragu-ragu           | = | 3 |
| 4. Tidak setuju        | = | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | = | 1 |

### **3.6 Metode Analisis Data**

Menurut Sanusi, (2011: 115) Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Data yang berhasil dikumpul akan diproses dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 21 untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun beberapa pengujian yang akan di lakukan untuk mengetahui penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Himawati, (2017: 88). Pada bagian ini akan dibahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden tersebut, selanjutnya akan diperoleh sebuah kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel.

Teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan skor komponen variabel penelitian dan kemudian mengambil suatu kesimpulan. Cara menghitung skor dalam tiap komponen adalah dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobotnya.

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

**Rumus 3.2** Rumus Skala

**Sumber:** Helmi et al., (2016: 51)

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah nilai skor terendah

m = Jumlah banyaknya pilihan jawaban

### 3.6.2 Uji Validatis Data

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur Sugiyono, (2012: 117). Menurut (Sanusi, 2011: 76) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat mempresentasikan atau mengukur apa yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen yang ditetapkan. Rumus yang digunakan adalah:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3. 3** *Pearson Product Moment*

**Sumber:** Sanusi, (2011: 77)

Keterangan:

r = Angka korelasi

X = Skor *item*

- Y = Skor total dari x
- N = Jumlah banyaknya subjek (sampel)

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05, perhitungan validitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21 *for windows*. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka *item-item* pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total *item* tersebut, maka *item* dinyatakan valid.
2. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka *item-item* pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total *item* tersebut, maka *item* dinyatakan tidak valid.

**Tabel 3.2** Tingkat Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

**Sumber:** Wibowo, (2012: 53)

### 3.6.1 Uji Reliabilitas Data

Menurut Sanusi, (2011: 80) reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang

yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.

Suatu alat pengukur dikatakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama Rugian et al., (2017: 491).

Uji reliabilitas yang digunakan merupakan tes uraian, maka rumus untuk menghitung reliabilitas soal menggunakan *Conbrach Alppha* yaitu:

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

**Rumus 3.4** Uji Realibilitas

**Sumber:** Zulkifli et al., (2016: 10)

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum \sigma b^2$  = Varians skor tiap item pertanyaan.

$\sigma^2 t$  = Varians total.

$k$  = Jumlah *item* pertanyaan

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias Sanusi, (2011:

135). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji multikolinearitas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

### 3.6.2.1 Multikolinearitas

Menurut Wibowo, (2012: 87) dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk variabel tersebut. Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Faktor* (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. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan mengorelasikan antar variabel bebasnya, bila nilai koefisien korelasi antar variabel bebasnya tidak lebih besar dari 0,5 maka dapat ditarik kesimpulan model persamaan tersebut tidak mengandung multikolinearitas.



### 3.6.2.2 Uji Normalitas

Menurut Wibowo, (2012: 61) uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitasnya adalah:

1. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas suatu model dikatakan memiliki *problem* heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi  $>$  nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Menurut Sanusi, (2011: 144) uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian.

#### 3.6.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sanusi, (2011: 134-135) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

**Rumus 3.5** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** Sanusi, (2011: 134)

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Fasilitas

X<sub>2</sub> = Kompetensi

X<sub>3</sub> = Pelayanan

e = Variabel pengganggu

### 3.6.3.2 Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien  $r^2$ .  $R$  juga hampir serupa dengan  $r$ , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana).  $R^2$  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. Sementara  $r^2$  mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variabel total dalam variabel terikat ( $Y$ ) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas ( $X$ ) (Sanusi, 2011: 136).

Rumus mencari Koefisien Determinasi (KD) secara umum adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} \quad \text{Rumus 3.6 Uji } R^2$$

**Sumber:** Sanusi, (2011: 136)

Keterangan:

SSR = nilai *sum of square* dari model regresi

SST = nilai *sum of square* total

Berikut diberikan contoh penerapan koefisien determinasi dengan menggunakan dua variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{(n - 1)}{(n - k)} \quad \text{Rumus 3.7 Uji } R^2$$

**Sumber:** Sanusi, (2011: 136)

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$n$  = Jumlah sampel

$k$  = Jumlah variabel

### 3.6.3.3 Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F)

Menurut Sanusi, (2011: 137) Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai  $F_{hitung}$ . Nilai  $F_{hitung}$  berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) maka pada saat melakukan uji  $F$ , sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji  $F$  yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serempak (bersama-sama), dijawab oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji  $F$ .

Jika  $F_{hitung} > t_{tabel}$ ; maka  $H_0$  diterima

$F_{hitung} < t_{tabel}$ ; maka  $H_0$  ditolak

### 3.6.3.4 Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Menurut Sanusi, (2011: 138) Uji signifikansi terhadap masing–masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikansi tidaknya pengaruh dari masing– masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah nilai  $t_{hitung}$ .

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ; maka  $H_0$  diterima

$t_{hitung} < t_{tabel}$  ; maka  $H_0$  ditolak

## 3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitians

### 3.7.1 Lokasi Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian di Formosa Hotel Batam yang berlokasi di Nagoya Plaza BI A/8 Batam. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1999 dan bergerak dibidang perhotelan.

### 3.7.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini disesuaikan dengan jadwal dengan mengumpulkan data dari bulan September 2018 sampai dengan bulan Januari 2019.

**Tabel 3.3** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke													
	2018-2019													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Perancangan	■	■	■											
Studi Pustaka				■	■	■								
Penentuan model Penelitian							■	■	■					
Penyusunan Kuesioner										■				
Penyerahan Kuesioner											■			
Analisis Hasil Kuesioner													■	
Laporan														■

**Sumber:** Panduan Skripsi Universitas Putera Batam