PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ESKA HOTEL DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Jenni Chang
160910216

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

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ESKA HOTEL DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Jenni Chang
160910216

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 14 Februari 2020

METERAI TEMPEL
BD82BADF726997515
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Jenni Cnang
160910216

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ESKA HOTEL DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Jenni Chang
160910216

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 14 Februari 2020

Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan serta penelitian ini berlangsung di Eska Hotel di Kota Batam. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode linier berganda. Desain penelitian operasi yang digunakan adalah analisis deskriptif. Dalam penelitian ini tes sudah terdiri dari validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji-t dan uji-f. Pengambilan sampel telah dikembangkan melalui accidental sampling, terdiri dari 100 responden. Data telah dikumpulkan dengan instrumen utama kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian melalui analisis regresi berganda menunjukkan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 39,3% dan kualitas layanan berpengaruh sebesar 46,1% terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi memiliki analisis untuk R2 sebesar 46,2% sedangkan hasil sisanya 53,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial atau simultan terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel.

Kata kunci: Fasilitas, Kualitaas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of facilities and service quality on customer satisfaction also this study took place at Eska Hotel in Batam City. Data analysis technique that was used is multiple linear methods. An operations research design used is descriptive analysis. In this study test already consists of validity, reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, t-test and f-test. Sampling has been developed through accidental sampling, consist of 100 respondents. Data has been collected by main instrument of questionnaire. Based on results test through multiple regression analysis shown the facility has an effect towards customer satisfaction of 39.3% and service quality has an effect of 46.1% on customer satisfaction. Coefficient of determination has anaylysis for R2 of 46.2% while remaining result 53.8% influenced by another variables. The results of research indicate that there is a positive and significant impact for facilities to customer satisfaction, there is a positive effect of service quality for customer satisfaction and have positive also significant effect partially or simultaneously on customer satisfaction at Eska Hotel.

Keywords: *Facilities, Service Quality, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir penelitian yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berwujud tanpa bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Pihak Eska Hotel.
7. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberi dukungan, dan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman yang senantiasa memberikan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan baru bagi pembaca maupun masyarakat luas.

Batam, 14 Februari 2020

Jenni Chang
160910216

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR RUMUS ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 7

1.3 Batasan Masalah 8

1.4 Rumusan Masalah 8

1.5 Tujuan Penelitian 8

1.6 Manfaat Penelitian 9

1.6.1 Aspek Teoritis 9

1.6.2 Aspek Praktis 9

BAB II LANDASAN TEORI **11**

2.1 Teori Dasar 11

2.1.1 Hakikat Kepuasan Pelanggan 11

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 11
2.1.1.2 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan 12
2.1.1.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan 13
2.1.1.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan 14
2.1.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan 15
2.1.2 Hakikat Fasilitas 16
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas 16
2.1.2.2 Unsur-unsur Fasilitas 16
2.1.2.3 Faktor-faktor Fasilitas 17
2.1.2.4 Indikator Fasilitas 18
2.1.3 Hakikat Kualitas Pelayanan 18
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 18
2.1.3.2 Tujuan Kualitas pelayanan 20
2.1.3.3 Ciri-ciri Kualitas Pelayanan 20
2.1.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan 21
2.2 Penelitian Terdahulu 21
2.3 Kerangka Pemikiran 25
2.4 Hipotesis 25
BAB III METODE PENELITIAN 27
3.1 Desain Penelitian 27
3.2 Definisi Operasional 27
3.2.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas 28
3.2.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat 29
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 33
3.5.1 Analisis Deskriptif 34
3.5.2 Uji Kualitas Data 34
3.5.2.1 Uji Validitas 34
3.5.2.2 Uji Reliabilitas 35
3.5.3 Uji Asumsi Klasik 36
3.5.3.1 Uji Normalitas 36
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas 37
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas 37
3.5.4 Uji Pengaruh 37
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 37
3.5.4.2 Analisis Koefisien Determnasi (R^2) 38
3.6 Uji Hipotesis 39
3.6.1 Uji T (Parsial) 39
3.6.2 Uji F (Simultan) 39
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian 41
3.7.1 Lokasi Penelitian 41
3.7.2 Jadwal Penelitian 41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 42
4.1 Profil Responden 42
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 43
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 45

4.2 Hasil Penelitian 46
4.2.1 Analisis Deskriptif 46
4.3 Uji Kualitas Data 55
4.3.1 Uji Validitas Data 55
4.3.2 Uji Reliabilitas Data 58
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik 59
4.4.1 Uji Normalitas 59
4.4.2 Uji Multikolinearitas 61
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 62
4.5 Hasil Uji Pengaruh 63
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda 63
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R2) 65
4.6 Hasil Uji Hipotesis 66
4.6.1 Hasil Uji t (Parsial) 66
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan) 67
4.7 Pembahasan 68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 73
5.1 Simpulan 73
5.2 Saran 73
DAFTAR PUSTAKA 74
LAMPIRAN
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3. Penelitian Terdahulu
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian
Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner
Lampiran 6. Hasil Pengolahan SPSS
Lampiran 7. Tabel t
Lampiran 8. Tabel F
Lampiran 9. Foto
Lampiran 10.Komplain Eska Hotel

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 25
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia 44
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 45
Gambar 4. 4 Uji Normalitas dengan Histogram 60
Gambar 4. 5 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot 60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data komplain pelanggan terhadap Eska Hotel Tahun 2019 4
Tabel 1. 2 Okupansi Hotel Tahun 2017 - 2019 6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel 30
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian 41
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia 44
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 45
Tabel 4. 4 Kriteria Analisis Deskriptif 46
Tabel 4. 5 Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas (X1) 47
Tabel 4. 6 Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X2) 49
Tabel 4. 7 Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1) 55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) 56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) 57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas 59
Tabel 4. 12 Hasil Uji *Kolgomorov-Smirnov* 61
Tabel 4. 13 Hasil Uji *Multikolinearitas* 62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas 63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 65
Tabel 4. 17 Hasil Uji t 66
Tabel 4. 18 Hasil Uji F 67

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Sampel 31
Rumus 3. 2 Korelasi *Pearson Product* 35
Rumus 3. 3 Metode *Alpha Cronbach* 36
Rumus 3. 4 Analisis regresi linier berganda 38
Rumus 3. 5 F_{hitung} 40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di bidang bisnis sekarang ini persaingan tergolong sangat ketat dan berubah terus dengan mengikuti perubahan teknologi. Dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi sekarang ini maka sangat membantu pelanggan untuk mencari berita yang detail tentang hal alternatif produk dan jasa yang ada di pasaran. Produsen atau penjual harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan untuk pelanggan dalam segi fasilitas yang diberikan dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik secara maksimal. Pada umumnya, tujuan bisnis untuk menciptakan rasa puas untuk pelanggan. Dengan adanya rasa puas pada pelanggan maka loyalitas dari pelanggan dapat terjaga.

Setiap perusahaan diharapkan untuk bisa bersaing dengan perusahaan lainnya dalam hal memberikan kualitas jasa dan produk untuk bisa memaksimalkan kepuasan pelanggan. Kepuasaan pelanggan adalah umpan balik dari pelanggan tentang kinerja perusahaan yang sudah diberikan menurut (Moha & Loindong, 2016: 577). Tingkat kepuasan dari pelanggan bisa diukur dari seberapa besar harapan pelanggan terhadap kinerja barang ataupun jasa dalam mencukupi kebutuhan pelanggan. Pada umumnya pelanggan akan senang jika mendapatkan hasil barang dan jasa dengan ekspektasi dari pelanggan. Sebaliknya bila jasa dan barang yang diterima dari pelanggan kurang sesuai dengan ekspektasinya maka pelanggan akan

cenderung tidak memakai lagi produk dan jasa tersebut. Apabila pelanggan tidak puas, bisa saja akan mengeluh dengan pelanggan lain dan ini merupakan ancaman bagi perusahaan (Nurcahyo et al., 2017: 24).

Fasilitas menjadi persoalan yang penting untuk diperhatikan dalam bidang usaha jasa dan bersangkutan pada pelanggan dengan apa yang dirasakannya. Penilaian pelanggan terhadap perusahaan didasari dari hal yang telah pelanggan terima setelah menerima jasa yang ditawarkan. Pelanggan cenderung melihat fakta-fakta yang ada sebagai bukti kualitas dari jasa yang ditawarkan. Fasilitas berkaitan erat pada pembentukan persepsi pelanggan dengan perusahaan yang berharap bisa mempertahankan eksistensinya dan bisa mengalahkan pesaingnya. Pelanggan akan tertarik dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan bila perusahaan tersebut mempunyai fasilitas yang baik dari pada pesaing lainnya.

Tidak hanya dari segi fasilitas yang penting namun kualitas pelayanan menjadi sesuatu penting untuk diperhatikan dalam suatu usaha. Kualitas pelayanan jasa bergantung dari upaya pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan dan menjadi suatu harapan dan pengendalian dari tingkat keunggulan yang dapat memenuhi keinginan pelanggan dan biasanya pelanggan menilai suatu perusahaan dari segi sumber daya dan bagaimana perusahaan tersebut beroperasi. Seperti penilaian dalam kemampuan memberikan pelayanan secara akurat, sifat yang dapat dipercaya dan keberadaan bukti fisik. Unsur tersebut yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli ulang produk apabila yang diharapkan oleh pelanggan

tercapai. Pernyataan ini didukung oleh (Luta, 2018: 3) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Amrita Tour Kediri.

Usaha perhotelan yaitu perusahaan jasa yang memadukan antara pelayanan dan produk. Desain bangunan, interior serta eksterior kamar hotel, makanan dan minuman yang dijual serta seluruh fasilitas merupakan contoh produk yang dijual. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan yang menyediakan jasa penginapan adalah Eska Hotel. Eska Hotel beroperasi sejak tahun 2015 dan berlokasi di Ruko Kepri Mall Batam Center yang bertepatan di Jl.Jenderal Sudirman. Eska Hotel ini berbintang tiga dan menyediakan 79 kamar dengan 4 macam kamar. Eska Hotel tentunya memiliki harapan untuk selalu memberikan pelayanan yang unggul dan bermutu kepada setiap pelanggan.

Selain harus mampu bersaing dengan perusahaan lain, setiap perusahaan juga harus berusaha untuk memberikan rasa puas untuk pelanggannya dengan maksimal. Jika pelanggan merasa tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapannya maka pelanggan bisa saja melakukan komplain atau keluhan (Nainggolan, 2018: 52). Adapun resepsionis hotel yang menerima komplain secara langsung dari pelanggan pada saat *check out.* Bukan hanya komplain secara langsung yang diterima, namun perusahaan juga menerima komplain dari pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan melalui situs website *travel* seperti *Tripadvisor* dan Agoda. Pelanggan yang tidak puas akan menimbulkan masalah pada perusahaan itu sendiri karena

pelanggan dapat berpindah ke perusahaan lain kemudian menyebarkan berita negatif atau keluhan ke orang lain (Tjiptono & Diana, 2015 : 29).

Tripadvisor menjadi panduan untuk orang-orang yang ingin berlibur. Setelah penulis meneliti terdapat 35 pelanggan yang tidak puas dari 234 review di *tripadvisor* atau sekitar 15%. Penulis juga meneliti disitus website Agoda karena dominannya pelanggan yang menginap di Eska Hotel memesan kamar melalui aplikasi Agoda. Aplikasi Agoda sebagai layanan reservasi properti penginapan secara *online*. Sama halnya dengan *tripadvisor*, Agoda juga menampilkan *review* dari pelanggan yang sudah menginap di Eska Hotel. Penulis meneliti bahwa terdapat 190 pelanggan yang tidak puas dari total 1015 review yang ada atau setara dengan 19% dari total *review*. Dari *review* yang diterima, permasalahan yang ada dominan kepada pelanggan yang tidak puas karena fasilitas hotel dan pelayanan yang diberikan dari hotel.

Tabel 1. 1 Data komplain pelanggan terhadap Eska Hotel Tahun 2019

Bulan	**Jenis Komplain**							**Total**
	Lampu redup	**Tidak ada peredam suara**	**Kulkas & Ac tidak dingin**	**Ada *bedbug***	**Ada Noda**	***Water pressure unstable***	**Pelayanan**	
Januari				1	1	1	3	6
Februari	1		2		3		3	9
Maret		4	6	1	1	1	3	16
April		1	1	1	2		1	6
Mei	1		2		2		1	6
Juni		1	2	3	2		3	11
Juli	1	3	1	2	1		3	11
Agustus	3	2	1	2	1		3	12

Sumber: Informasi review dari Tripadvisor dan Agoda

Dengan tabel 1.1 diatas, dilihat data komplain yang diterima mayoritas mengalami peningkatan walaupun sempat mengalami penurunan dibulan April. Setelah itu, komplain yang diterima meningkat sampai bulan Agustus. Keluhan pertama seperti lampu redup atau kurangnya pencahayaan di kamar hotel terutama di toilet pada malam hari sehingga pelanggan merasa tidak nyaman. Kedua, keluhan karena tidak adanya peredam suara dikamar sehingga pelanggan yang ada didalam kamar dapat mendengar suara tamu yang sedang berbicara diluar kamar. Kasus yang sama terjadi pada kamar yang berada di lantai dua dan tiga karena adanya tempat karaoke disamping hotel sehingga pelanggan yang menginap disamping ruang karaoke dapat terdengar suara musik yang diputar. Keluhan ketiga, sebagian besar keluhan yang diterima pada bulan januari sampai bulan agustus 2019 di karenakan kulkas mini dan AC didalam kamar tidak berfungsi dengan baik. Keluhan keempat, ditemukan adanya kutu kasur dan kecoak kecil dikamar hotel. Kemudian keluhan kelima, banyak juga yang mengeluhkan mengenai adanya noda kuning dihanduk, golden dan selimut sehingga kelihatan tidak bersih. Keenam, pelanggan mengeluhkan air pada *shower* kamar mandi tidak berfungsi dengan baik. Hal ini berdampak pada rasa kepuasan pelanggan dan dapat memengaruhi jumlah pengunjung hotel. Jika tidak diperbaiki dan semakin banyak pelanggan yang membuat komplain disitus *website* maka dapat mempengaruhi calon pelanggan hotel memikir ulang lagi untuk memesan kamar di Eska Hotel.

Selain difasilitas, kualitas pelayanan juga mendapat keluhan negatif dari pelanggan yang telah berkunjung di Eska hotel. Keluhan mengenai pelayanan hotel seperti pelanggan belum dapat *check in* saat jam *check in* karena kamar belum siap di bersihkan sehingga membuat pelanggan untuk menunggu. Kemudian terdapat keluhan bahwa resepsionis hotel tidak mengangkat panggilan telepon beberapa kali dari pelanggan. Selanjutnya pelanggan juga mengeluhkan bahwa pelanggan harus mengulang permintaan beberapa kali dan mengeluhkan bahwa karyawan menghiraukan permintaan yang telah disampaikan. Selain itu, banyak juga yang mengeluhkan bahwa musik yang diputar di restaurant lantai enam terlalu keras dimalam hari sehingga pelanggan yang menginap di lantai lima merasa sangat terganggu dan tidak dapat istirahat.

Tabel 1. 2 Okupansi Hotel Tahun 2017 - 2019

Tahun	**2017**	**2018**	**2019**
Januari	1536	1320	1206
Februari	1240	1305	1178
Maret	1150	1083	1055
April	1007	1150	1064
Mei	1204	1098	1119
Juni	1364	1203	1213
Juli	1512	1405	1360
Agustus	1410	1353	1282
September	1372	1305	1203
Oktober	1287	1370	1224
November	1380	1275	1246
Desember	1548	1433	1320
Total	16010	15300	14470

Sumber: Eska Hotel 2019

Berdasarkan kasus diatas, terdata adanya fluktuasi jumlah pengunjung yang menginap di Eska hotel. Selama periode tahun 2017-2019 total penghuni hotel cenderung tidak adanya kenaikan. pada tahun 2017 terlihat jumlah okupansi hotel sejumlah 16010, tahun 2018 terlihat jumlah okupansi hotel sejumlah 15300 dan tahun 2019 terlihat jumlah okupansi hotel sejumlah 14470. Dari tabel terlihat bahwa total hunian terbanyak pada tahun 2017, dan tahun kedepannya mengalami penurunan. Penurunan jumlah tamu pada hotel ini tentunya menjadi hal yang harus diantisipasi dari pihak hotel. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis berminat untuk mengadakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Eska Hotel di Kota Batam."**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat di identifikasikan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Terjadi penurunan okupansi hotel dari tahun 2017-2019.
2. Kepuasan pelanggan rendah diakibatkan oleh fasilitas dan kualitas pelayanan.
3. Adanya keluhan dari pelanggan mengenai beberapa masalah fasilitas kamar hotel.

1.3 Batasan Masalah

Berdasakan identifikasi masalah yang dijelaskan sebelumnya oleh karena itu penulis membatasi waktu dengan batasan masalah berfokus pada fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Eska Hotel di Kota Batam. Dalam penelitian ini dilakukan kepada pelanggan yang menghuni pada tahun 2019.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka didapati rumusan masalah di penelitian ini yaitu:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel Kota Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel Kota Batam?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai uraian rumusan masalah diatas, maka pada penelitian ini memliki beberapa tujuan adalah:

1. Untuk mengerti adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel Kota Batam.

2. Untuk mengerti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel Kota Batam.
3. Untuk mengerti adanya pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Eska Hotel Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Dalam penelitian ini mempunyai manfaat penelitian yang dipandang dari aspek teorotis yaitu sebagai tambahan atau masukan bagi manajemen yang bertujuan agar bisa mempertahankan serta menjaga pelanggan dalam memperhatikan penetapan fasilitas dan kualitas pelayanan yang bertujuan mencapai tingkatan kepuasan pelanggan maksimal.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Penulis

   Bermanfaat untuk peneliti sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta wawasan bagi peneliti tentang pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dari teori yang didapati dapat diterapkan secara sistematis untuk melatih kemampuan berpikir.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi serta memperbanyak penelitian ilmilah di Universitas Putera Batam terutama di bagian studi manajemen.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi wawasan bermanfaat untuk dibidang ilmu pemasaran mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Eska Hotel.

4. Bagi Pembaca atau Masyarakat

Diharapkan bagi pembaca yang membaca penelitian ini bermanfaat untuk menjadikan referensi pengetahuan dibidang pemasaran yang berkatan dan berhubungan dengan fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Hakikat Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Priansa, 2017: 197) kepuasan pelanggan adalah nilai dalam pasca pembelian alternatif yang diseleksi setidaknya membagikan hasil yang setara atau melebihi harapan ekspektasi pelanggan, sementara kecewa dan muncul jika hasil yang didapati tidak mencapai harapan pelanggan.

Menurut (Maulidha, 2019: 130) kepuasan pelanggan adalah kinerja yang telah dirasakan dengan membandingkan ekspektasi awal.

Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara unjuk kerja yang sebenarnya diterima dengan harapan yang dimiliki. Jika unjuk kerja hanya biasa-biasa saja tetapi harapan pelanggan tinggi maka kepuasan pelanggan tidak terpenuhi. Sebaliknya, jika unjuk kerja tidak kurang dari apa yang diharapkan, kepuasan pelanggan akan meningkat (Lesmana & Ratnasari, 2019: 118).

Kepuasan pelanggan sebagai respon dan evaluasi dari pelanggan mengenai hasil yang diterima antara ekspektasi dari pelanggan setelah memakai produk dan jasa tersebut (Hammond et al., 2018: 2).

Kepuasan pelanggan yang diterima mampu untuk direkomendasikan oleh konsumen kepada pihak lain berdasarkan pengalaman membelinya (Wahab, 2019: 135).

Menurut (Septiani, 2018: 106) kepuasan pelanggan adalah perasaan pada seseorang yang menikmati maupun tidak menikmati yang terjadi sesudah pelanggan membandingkan harapan kinerja dengan hasil yang didapatkan.

Menurut (Novita et al, 2019: 2) kepuasan pelanggan adalah suatu dampak nyata langsung ketika kualitas pelayanan diterima memenuhi harapan ekspektasi pelanggan.

Dengan penjelasan yang diberikan maka disimpulkan kepuasan pelanggan adalah tingkatan dari respon pelanggan setelah memakai jasa dan membandingkan harapan pelanggan.

2.1.1.2 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut (Junaida, 2018: 65) dalam mendefinisikan kepuasan pelanggan menjelaskan bahwa ada 5 faktor yang mesti diperhatikan oleh perusahaan, termasuk:

1. Kualitas produk, yaitu produk yang dipakai berkualitas tinggi dan membuat pelanggan puas.
2. kualitas layanan, yaitu pelayanan yang diterima baik seperti yang diharapkan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan.
3. Emosi, yaitu pelanggan merasa bangga dan mendapatkan kepercayaan ketika memakai sebuah produk bermerek yang memiliki tahap kepuasan

tidak rendah. Kepuasan didapat bukan karena kualitas produk melainkan sosial yang membuat pelanggan senang dengan merek tertentu.

4. Harga, yaitu penetapan harga relatif tidak mahal dengan produk yang memiliki kualitas sama akan mendapatkan nilai lebih tinggi terhadap pelanggan.
5. Biaya, yaitu tidak adanya biaya tambahan yang dikeluarkan oleh pelanggan dan bisa menghemat waktu untuk memperoleh produk atau layanan yang puas dengan produk atau layanan.

2.1.1.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut (Limakrisna & Susilo, 2012: 99) terdapat sejumlah manfaat spesifik apabila terjadi kepuasaan pelanggan yaitu:

1. Mendapatkaan keuntungan dari layanan kualitas.
2. Meninggikan layanan dan kepuasan bisa mendukung biaya kedepannya.
3. Menaikkan layanan serta kepuasan bisa mengembangkan efisiensi operasional.
4. Pelayanan serta kepuasan bisa menaikkan penilaian.

Kemudian menurut (Tjiptono, 2014 : 356) terdapat beberapa manfaat kepuasan pelanggan yaitu:

1. Reaksi terhadap distributor berbiaya rendah.
2. Fungsi ekonomik pelanggan dengan versus prospek abadi.
3. Nilai bertambah dari adanya hubungan relasi berkelanjutan.

4. Kemampuan mempengaruhi dan mengubah seseorang.
5. Pengurangan sensitivitas harga.
6. Kepuasan pelanggan sebagai petunjuk dimasa datang dengan kesuksesan.

2.1.1.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut (Priansa, 2017: 203) terdapat 4 bentuk yang bisa diketahui dalam pengukuran kepuasan pelanggan bisa diketahui sebagai:

1. Sistem saran atau keluhan

   Dengan menerima saran atau keluhan dari pelanggan yang dikritik dan demikian dapat disampaikan melalui informasi atau pelanggan lain. Semua ini dimaksudkan agar perusahaan berantisipasi dan merespons dengan cepat saran atau keluhan ini.

2. Survei kepuasan pelanggan

   Penelitian tentang kepuasan pelanggan biasanya dapat dikerjakan melalui telepon atau wawancara secara pribadi dan perusahaan dapat mengirim kuesioner kepada pelanggan.

3. Pembeli bayangan

   Perusahaan memerintahkan beberapa orang untuk survey dan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain sehingga pembeli misterius ini memperoleh informasi kekuatan dan kelemahan layanan yang diperoleh.

4. Menganalisis pelanggan yang sudah pindah ke perusahaan lain

Perusahaan yang kehilangan pelanggan langganan berusaha untuk mencoba menghubungi konsumen ini serta diyakinkan mengapa pelanggan sudah tidak melakukan pembelian ulang, pindah ke perusahaan lain. Dengan mendapatkan informasi, perusahaan berpeluang meningkatkan pekerjaannya dengan meningkatkan pelayanan.

2.1.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Rivai et al, 2019: 208) menyatakan ada beberapa indikator yng digunakan untuk kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kemauan/harapan pelanggan tetap memakai jasa.

   Perilaku pelanggan, yang bisa menggambarkan untuk menggunakan, membeli, mengevaluasi atau meningkatkan produk dan layanan.

2. Pengharapan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain.

   Pelanggan melakukan transaksi dalam pembelian barang untuk kebutuhan dan membeli barang secara teratur selain itu sangat diharapkan pelanggan dapat merekomendasikan kepada teman-teman yang lain supaya ikut membeli barang atau jasa juga.

3. Puas dengan kualitas layanan yang diberikan.

   Mengatur barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menilai, memakai, mencari dan menukar.

2.1.2 Hakikat Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Menurut (Irfan, 2018: 84) fasilitas yakni semua hal yang bisa memfasilitasi pelanggan di bidang jasa yang bergerak di dalam bisnis dalam, sehingga semua fasilitas yang tersedia ialah dengan desain *interior* dan *eksterior* atau kelengkapan lainnya dan kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan pelanggan secara langsung.

Menurut (Sakti & Mahfudz, 2018: 3) fasilitas adalah jasa dari perusahaan yang memfasilitasi untuk melancarkan fungsi. Pada umumnya fasilitas itu adalah aspek yang ditentukan untuk pilihan orang menggunakan perusahaan jasa pengiriman atau menggunakan perusahaan lain.

Pengertian lain menurut (Moha & Loindong, 2016: 577) fasilitas sebagai peralatan material yang sudah tersedia sebelum memberikan layanan kepada konsumen. Fasilitas bisa berbentuk apa saja yang permudahkan pelanggan mendapatkan rasa puas.

Berdasarkan pengertian diatas, maka disimpulkan fasilitas adalah bukti fisik yang dimiliki pada perusahaan dan ditawarkan kepada pelanggan dan juga sebagai faktor utama bagi pelanggan untuk menentukan pilihan.

2.1.2.2 Unsur-unsur Fasilitas

Menurut (Saputra & Ahmaun, 2018: 76) terdapat pertimbangan dibeberapa unsur dalam fasilitas yakni:

1. Pertimbangan yaitu aspek-aspek contohnya tekstur warna, keseimbangan dan lain-lain untuk dibandingkan, dikembangkan serta dikombinasikan untuk memancing emosional pelanggan dan bagi orang yang melihatnya.
2. Perencanaan ruang meliputi perencanaan arsitektur interior seperti identifikasi peralatan interior dan gambar aliran sirkulasi.
3. Peralatan yang berperan sebagai cara untuk melindungi barang penting menjadi layar dan tanda sambutan kepada pelanggan.
4. Tata cahaya yaitu keperluan suatu pencahayaan di dalam ruangan atau suasana yang diingini.
5. Warna yang digunakan meningkatkan kemampuan atau menciptakan kesan tenang. Warna yang dipakai dalam fasilitas interior harus berkaitan pada efek emosional dengan ketentuan warna.
6. Mudah rusak yaitu layanan barang yang susah disimpan atau tidak tahan lama.

2.1.2.3 Faktor-faktor Fasilitas

Menurut (Annishia & Prastiyo, 2019: 22) ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi faktor-faktor meliputi:

1. Tujuan organisasi atau kualitas.
2. Kebutuhan ruang/tempat dari ketersediaan tanah.

3. Volume permintaan sering berfluktuasi apabila fleksibel desain sangat dibutuhkan dan resiko keuangan relatif besar jika cepat berkembangnya spesifikasi jasa.
4. Estetis bisa meningkatkan positifnya sikap pelanggan terhadap jasa jika adanya faktor fasilitas jasa yang nmenarik dan tertata rapi.
5. Fasilitas jasa di sekitar lingkungan dan masyarakat berperan penting dan memberikan pengaruh tinggi kepada perusahaan.

2.1.2.4 Indikator Fasilitas

Menurut (Annishia & Prastiyo, 2019: 23) menyatakan bahwa indikator fasilitas di perhotelan adalah:

1. Fasilitas kamar tidur yang bagus dan lengkap.
2. Fasilitas restoran beserta pendukung lainnya.
3. Tersedia fasilitas hiburan dan fasilitas olahraga di dalam hotel.
4. Ballroom untuk acara tertentu.
5. Tersedia tempat perkier yang aman dan juga luas.

2.1.3 Hakikat Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Lesmana & Ratnasari, 2019: 118) kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang sebagai perwakilan inti dari kinerja pelayanan, yaitu adanya perbedaan perbandingan antara keterandalan dan konter sales yang dilakukan oleh pelanggan.

Menurut (Afrianti & Zulkifli, 2017: 156) kualitas pelayanan yaitu kegiatan di semua area bisnis yang mencoba menggabungkan penjualan layanan agar terpenuhi rasa puas dari tahap untuk pemesanan, pemrosesan dan memberikan hasil layanan melalui komunikasi untuk memperkuat kerja sama dengan pelanggan.

Menurut (Putra, Sumowo & Anwar, 2017: 107) kualitas pelayanan menjadi harapan pada tingkat keunggulan dan control atas tingkatan keunggulan supaya dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dijadikan ukuran untuk tingkat layanan seberapa bagus dan sesuai dengan harapan pelanggan (Aswad, Realize & Wangdra, 2018: 79).

Menurut (Sari, Sunaryo, & Mugiono, 2018: 594) kualitas pelayanan dianggap sebagai kunci untuk memainkan peran penting ketika transaksi pembelian dilakukan.

Menurut (Assegaff, 2016: 22) kualitas pelayan yang sangat baik bisa menciptakan kepuasan pelanggan dan ketika pelanggan merasa puas, pelanggan akan setia kepada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kemudian menurut (Ibrahim & Thawil, 2019: 177) kualitas pelayanan sebagai upaya untuk mengejar dan memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya agar menyeimbangkan harapan pelanggan.

Berdasarkan beberapa penjelasan pengertian diatas bahwa sudah bisa disimpulkan kualitas pelayanan adalah usaha yang dikerjakan oleh perusahaan dan bisa mengerti harapan dan kemauan pada pelanggan.

2.1.3.2 Tujuan Kualitas pelayanan

Menurut (Hayat, 2017: 19) dalam kualitas pelayanan ada beberapa tujuan adalah dengan menetapkan pada diri sendiri untuk memberikan pelayanan terbaik, merubah kinerja menjadi lebih baik, saat menjalankan pelayanan harus dengan sifat yang antusias, mempunyai nilai baik dan secara rutin dalam pelayanan harus dievaluasi.

Menurut (Rangkuti, 2014 : 173) tujuan dari kualitas pelayanan agar konsumen terus melakukan pembelian berulang-ulang pada satu perusahaan, menciptakan loyalitas pelanggan, mengharapkan kata positif yang dilakukan konsumen dari mulut ke mulut, dan kompetitif pada diferensiasi produk.

2.1.3.3 Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

Menurut (Rahman, 2019: 2) ada beberapa ciri pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan yaitu:

1. Tersedia fasilitas dan infrastruktur yang baik.
2. Tersedia karyawan yang baik sehingga memberikan pelayanan baik.
3. Adanya tanggung jawab dari awal hingga selesai pada pelanggan.
4. Bisa memberikan pelayanan yang tepat dan cepat.
5. Bisa berkomunikasi dengan baik.
6. Bisa menjaga rahasia transaksi.
7. Semua staf mempunyai kemampuan dan pengetahuan yang baik.
8. Mencoba mengerti dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

9. Bisa memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan.

2.1.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima indikator yang dipakai oleh pelanggan menurut (Junaida, 2018: 63) untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Kehandalan *(reliability)*, yaitu kemampuan untuk menyediakan layanan yang sudah dijanjikan dengan cepat dan memberikan kepuasan.
2. Bukti langsung *(tangible)*, yang meliputi perlengkapan, karyawan, fasilitas fisik untuk karyawan serta berbagai sarana komunikasi.
3. Jaminan *(assurance)*, meliputi kesopanan dan kemampuan dari pelanggan serta jaminan bebas dari resiko dan memiliki sifat yang bisa dipercaya.
4. Empati *(emphaty)*, yaitu tidak adanya kesusahan didalam menjalani hubungan komunikasi dan juga mengerti kebutuhan pelanggan.
5. Daya tanggap *(responsiveness)*, adalah kemauan dan harapan dari pelanggan untuk bisa memberi pelayanan yang tanggap dan membantu pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tujuan peneliti melakukan penyusunan penelitian ini agar adanya perbandingan gambaran supaya bisa membantu mendukung kegiatan penelitian yang sama serta peneliti dapat mengetahui hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh (Moha & Loindong, 2016) dengan

judul analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi berganda dan mendapatkan hasil perolehan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Saputra & Ahmaun, 2018) dengan judul pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bigly Multi Buana. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan mendapatkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh secara simultan signifikan dari promosi dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Penelitian (Uran & Sugiarso, 2017) mengemukakan bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Muslim Parabola Cileungsi Bogor mendapatkan perolehan hasil bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai dampak yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Dalam pengujian yang dilakukan oleh (Kasum & Sularto, 2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan *Grabbike* di Jakarta Timur menggunakan metode analisis regresi berganda dan mendapatkan hasil penelitian bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam pengujian yang dilakukan oleh (Putra et al., 2017) dengan judul pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan hasil perolehan

variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam pengujian yang dilakukan oleh (Nurcahyo, Fitriyani & Hudda, 2017: 23) dengan judul *the effect of facility and service quality towards customer satisfaction in Borobudur hotel in Jakarta.* Metode analisis yang digunakan adalah *path analysis* dengan hasil penelitian fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Novita et al., 2019: 1) dengan judul *the effect of service quality on customer satisfaction at PT Multi Rentalindo: A case study of employees in kawan lama west Jakarta.* Metode analisis yang digunakan adalah *path analysis* dengan hasil penelitian kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, jadi kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Moha & Loindong, 2016)	Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado	Analisis regresi berganda	Terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap konsumen.

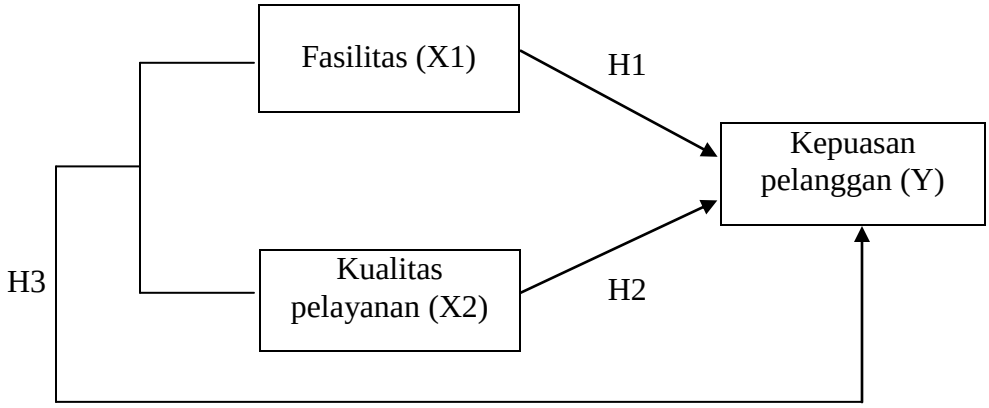
Tabel 2.1 Lanjutan

2.	(Saputra & Ahmaun, 2018)	Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bigly Multi Buana	Regresi linier berganda	Promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan.
3.	(Uran & Sugiarso, 2017)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Muslim Parabola Cileungsi Bogor	Analisis regresi berganda	Harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen.
4.	(Kasum & Sularto, 2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan *Grabbike* di Jakarta	Analisis regresi berganda	Secara simultan kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	(Putra et al., 2017)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen	Analisis regresi linear berganda	Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
6.	(Nurcahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017)	*The influence of facility and service quality towards customer satisfaction in borobudur hotel in Jakarta*	*Path analysis*	*Facilitie and service quality significantly affect customer satisfaction simultaneously or partially.*
7.	(Novita et al., 2019)	*The effect of service quality on customer satisfaction at PT Multi Rentalindo: A case study of employees in kawan lama west Jakarta*	*Path analysis*	*Service quality has a positive effect on customer satisfaction and customer loyality, so customer satisfaction can increase customer loyalty.*

Sumber: (Moha & Loindong, 2016), (Saputra & Ahmaun, 2018), (Uran & Sugiarso, 2017), (Kasum & Sularto, 2017), (Putra et al., 2017), (Nurcahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017), (Novita et al., 2019).

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan pada uraian pengertian landasan teori dan latar belakang masalah pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat dilihat pada gambar kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan indentifikasi masalah dan gambar kerangka pemikiran diatas, maka didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Eska Hotel di Kota Batam.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Eska Hotel di Kota Batam.

H3: Fasilitas dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Eska Hotel di Kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut (Nasution, 2016: 23) desain dalam penelitian merupakan merencanakan cara mengumpulkan data dan menganalisis data agar bisa dengan tujuan penelitian secara keserasian dan ekonomis.

Pada desain penelitian ini peneliti memilih metode tipe kuantitatif. Penulis menggunakan cara kuantitatif deskriptif ialah untuk mengerjakan data-data yang sudah dikumpulkan dan penulis menganalisis mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Eska Hotel di Kota Batam. Pengukuran tersebut disusun pada daftar pertanyaan atau angket memakai skala likert.

3.2 Definisi Operasional

Menurut (Sugiyono, 2017: 3) variabel penelitian yaitu makna yang sudah dipilih dari peneliti untuk mendapatkan data informasi dan bisa dipelajari, lalu tarik kesimpulan tersebut. Dengan penelitian ini penulis memakai dua variabel ialah variabel terikat atau variabel dependen dan variabel bebas atau variabel independen

3.2.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas

Menurut (Sugiyono, 2017: 4) variabel bebas biasanya dinamakan dengan variabel prediktor, stimulasi. Dalam pemakaian bahasa Indonesia biasanya dikatakan sebagai variabel bebas. Variabel bebas disebut variabel terjadi atau mempengaruhi karena adanya variabel muncul terikat atau adanya perubahan.

Setiap perhotelan pasti mempunyai beberapa indikator yang berbeda untuk memberikan fasilitas untuk pelanggan. Menurut (Annishia & Prastiyo, 2019: 23) menyatakan bahwa indikator fasilitas di perusahaan perhotelan adalah:

1. Fasiltas kamar tidur yang bagus dan lengkap.
2. Fasilitas restoran beserta pendukung lainnya.
3. Tersedia fasilitas hiburan dan fasilitas olahraga di dalam hotel.
4. Ballroom untuk acara tertentu.
5. Tempat parkir yang luas dan aman.

Menurut (Junaida, 2018: 63) terdapat lima indikator yang dipakai oleh pelanggan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Kehandalan *(reliability)*, ialah keterampilan untuk menyediakan layanan yang sudah dijanjikan dengan cepat dan memberikan kepuasan.
2. Bukti langsung *(tangible)*, yang meliputi perlengkapan, karyawan, sarana fisik untuk karyawan, dan berbagai alat komunikasi.

3. Empati *(emphaty)*, yaitu adanya memudahkan didalam melaksanakan hubungan yang baik dan juga mengerti apayang pelanggan butuhkan.
4. Responsif *(responsiveness)*, yaitu kehendakan atau permintaan dari pelanggan untuk dapat member pelayanan yang tanggap dan membantu pelanggan.

3.2.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat

Menurut (Sugiyono, 2017: 4) biasanya dikatakan dengan variabel konsekuen, kriteria dan output. Variabel dependen biasanya dikatakan variabel terikat. Variabel dependen berarti variabel terjadi atau mempengaruhi karena adanya kemunculan variabel bebas.

Menurut (Rivai et al., 2019: 208) menyatakan ada beberapa indikator yang digunakan untuk kepuasan pelanggan yaitu:

1. Keinginan atau harapan pelanggan masih tetap memakai jasa.

   Perilaku pelanggan, yang bisa menggambarkan penaksiran untuk membeli, mengevaluasi, menggunakan dan meningkatkan hasil dan layanan.
2. Kemauan pelanggan untuk memberi saran kepada orang lain.

   Perilaku konsumen melakukan transaksi pembelian barang/jasa yang ditawarkan dibutuhkan, dan membuat pembelian dengan teratur selain itu barang/jasa juga mereka merekomendasikan kepada teman-teman yang lain.

3. Puas dengan kualitas layanan yang diberikan.

   Perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dengan mengatur barang atau jasa, menilai, memakai, mengganti dan mencari.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Fasilitas (X1)	Fasilitas yaitu sumber daya fisik yang sudah disediakan sebelum ditawarkan kepada konsumen.	1. Kamar tidur dengan fasilitas yang lengkap 2. Restoran dengan pendukungnya 3. Fasilitas tambahan 4. Ballroom untuk acara tertentu 5. Tempat parkir	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan sebagai konsep yang sebagai perwakilan inti dari kinerja pelayanan, yaitu perbandingan keterandalan dan konter sales yang dilakukan oleh pelanggan.	1. Kehandalan (*reliability*) *2.* Bukti langsung (*tangible*) 3. Jaminan (*assurance*) 4. Empati (*emphaty*) 5. Daya tanggap (*responsiveness*)	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian alternatif yang diseleksi setidaknya membagikan hasil yang sama atau melebihi harapan pelanggan, sementara kecewa dan muncul jika hasil yang didapati tidak mencapai harapan pelanggan.	1. Keinginan atau harapan pelanggan untuk tetap menggunakan jasa 2. Keinginan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain 3. Puas dengan kualitas layanan yang diberikan	Likert

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017: 80) populasi berarti bidang generalisasi meliputi subjek dan objek dengan karakterisik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari lalu menyimpulkannya. Populasi pada penelitian Eska hotel sejumlah 14.470 yang diambil dari total jumlah pelanggan pada tahun 2019.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017: 81) sampel merupakan jumlah di dalam populasi dan karakterstik ciri. Apabila populasinya besar, maka peneliti tidak mampu mencermati semua bagian populasi karena waktu terbatas, energi dan dana, jadi para peneliti bisa memakai sampel yang diambil dari populasi tersebut. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* serta peneliti menggunakan metode *convenience sampling.* Menurut (Sugiyono, 2017: 67) *convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti bila memiliki kecocokan sebagai sumber data. Peneliti dalam menentukan besarnya sampel memakai rumus slovin. Slovin memasukkan unsur toleransi kesalahan pengambilan sampel karena ketidaktelitian. Dalam persentase terhadap nilai toleransi, misalnya 10%. Rumus slovin yakni:

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

Rumus 3.1 Sampel

Sumber : (Hendrawan & Sukmana, 2018: 56)

Keterangan.

n = Jumlah sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

E = *Error level*/tingkat kesalahan (10% atau 0,1%)

Jadi, perhitungannya sebagai berikut:

$n = 14470 / (1 + (14470 \times 0{,}1^2))$

$n = 14470 / (1 + (14470 \times 0{,}01))$

$n = 14470 / (1 + 144.7)$

$n = 14470 / 145.7$

$n = 99.31$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel 99.31 yang dibulatkan menjadi 100 orang responden pelanggan Eska Hotel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiarto, 2017: 205) ada dua kelompok dalam klasifikasi data yaitu:

1. Data primer

   Data primer yakni data dengan objek yang tertentu biasanya berasal dari pengamatan atau dari kuesioner. Data ini yang dilakukan oleh pihak penelitian yang dikumpulkan secara langsung.

2. Data sekunder

   Data sekunder yakni sumber yang memberikan data melalui dokumen atau melalui orang lain. Data ini yang dilakukan oleh pihak penelitian yang dikumpulkan secara tidak langsung.

Dalam penelitian, memanfaatkan cara pengumpulan data dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan atau dikenal kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2017: 142) kuesioner ialah data yang telah dikumpulkan untuk memberikan kepada responden yang berupa data tertulis atau pertanyaan untuk dijawab. Skala pengukuran likert untuk memperoleh data dari kuesioner.

Menurut (Purwarto & Sulisyastuti, 2017: 63) dalam pengukuran skala likert persepsi atau opini, dari tahap setuju atau tidak setuju mereka. Skala likert mempunyai 5 kelompok tahap sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Penelitian data didapatkan di semua alat penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2017: 243) kuantitatif untuk penelitian ini untuk menguji hipotesis dalam rumus proposal dan menjawab masalah data dengan terarah dan jelas dalam teknik analisis untuk penelitian kuantitatif, dan diperoleh data sumber yang berbeda memanfaatkan teknik pengumpulan data atau triangulasi yang berbeda dan diimplementasikan secara berkelanjutan.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Untuk menganalisis data dalam metode yang digunakan oleh peneliti pada analisis pada statistik deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2017: 29) statistik deskriptif merupakan statistik yang menggambarkan dan memeriksa informasi sampel dan populasi dengan fungsi menganalisis dan menghasilkan ringkasan yang bermanfaat dan diterapkan pada objek yang disajikan secara umum.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 78) menguji apakah barang tersebut validitas dengan memakai aplikasi *software* SPSS. Dalam metode ini, Uji Korelasi *Pearson Product Moment* akan digunakan. Dalam pengujian pada bab ini, tiap elemen harus diuji karena berhubungan sama hasil keseluruhan dari variabel yang dimaksudkan, supaya lebih tepat dalam penelitian ini, elemen tersebut harus mempunyai hubungan sama hasil keseluruhan dari variabel masing-masing $\geq$ 0,25. Item yang mempunyai r hitung < 0,25 harus dihilangkan karena pengukuran yang dipakai tidak sama dengan dimaksud dalam total jumlah skala dan seterusnya, tidak berpartisipasi untuk satu pengukuran.

Dalam pengujian validitas memakai teknik korelasi *Pearson Product Moment* berikut ini:

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

Rumus 3. 2 Korelasi *Pearson Product Moment*

Sumber: (Widodo, 2017: 209)

Keterangan:

r = Korelasi koefisien

i = Skor item

n = Jumlah sampel

x = Hasil dari seluruh x

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Apabila nila alpha > 0,7 mengartikan reliabilitasnya cukup, sementara nilai alpha > 0,80 menerangkan bahwa seluruh item bisa diandalkan dari seluruh uji segala internal akibat mereka mempunyai kecakapan yang bagus. Angka pada masing-masing item perlu ≥ 0,40 yang memveritifikasi bahwa bisa dikatakan memiliki keunggulan internal yang konsisten. Item dengan koefisien korelasi < 0,40 perlu dikeluarkan maka uji reliabilitas item akan diulangi dengan tidak dapat diandalkan yang tidak termasuk item. Hal ini dilakukan agar koefisien reliabilitas masing-masing item tidak lebih kecil 0,40.

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 79) uji reliabilitas dapat dikerjakan dengan menggunaka uji *Alpha Cronbach.* Adapun rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

$$\alpha = \left[\frac{K}{(K-1)}\right] \left[1 \frac{\sum s_i^2}{S_x^2}\right]$$

Rumus 3. 3 Metode *Alpha Cronbach*

Sumber: (Basuki & Prawoto, 2016: 79)

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas

k = Jumlah item pertanyaan yang diuji

S2i = Item pada jumlah varian

S2x = Total seluruh varians

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Widodo, 2017: 110) uji asumsi digunakan sebagai uji penggunaan statistik inferensial dan khusus untuk statistik parametrik mengartikan peneliti tidak perlu menguji asumsi klasik apabila pada penelitian tidak menggunakan rumus statistik.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 57) dalam menentukan data uji normalitas yang dikumpul dalam populasi secara normal atau pengambilan dari distribusi normal. Menguji metode klasik dengan normalitas data tidak begitu susah. Bersumber pada pengetahuan eksperimental dapat diasumsikan bahwa sebagian pakar statistik

data dengan tidak kurang dari 30 digit (n > 30), sudah bisa dikatakan data memiliki distribusi normal. Biasa disebut dengan sampel besar. Uji normalitas ini bisa memakai *Kolgomorov-Smirnov, Chi Square* dan *Histogram Regression Resudual* bersifat standar.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 62) mendeteksi multikolinieritas bisa diketahui memakai nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). Jenis penguji dipakai apabila nilai VIF < 10, tidak adanya multikolinieritas diantara variabel independen dan kebalikannya ditabel menjelaskan nilai VIF keseluruhan tidak kecil dari 10, membuat anggapan model tentang multikolinearitas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 63) heteroskedastisitas merupakan versi dalam ketidaksetaraan dari model regresi dalam seluruh pencatatan. Uji heteroskedastisitas melakukan dengan mengembalikan variabel independen dalam versi dengan nilai residu.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Priyastama, 2107: 154) bahwa analisis regresi linier berganda merupakan studi untuk mengetahui seberapa besar akibat pertengahan di dua atau

lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dan estimasi variabel terikat memanfaatkan variabel bebas. Regresi yang mempunyai satu terikat atau lebih dari model persamaan regresi linier sederhana bebas berikut ini:

$$Y=a+b1X1+b2X2+...+bnXn$$

Rumus 3. 4 Analisis regresi linier berganda

Sumber: (Sujarweni, 2016: 108)

keterangan

Y = Variabel dependen

a = Angka konstanta

b = Angka koefisien regresi

X1 = Variabel bebas pertama

X2 = Variabel bebas kedua

Xn = Variabel bebas selanjutnya

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determnasi (R^2)

Menurut (Purwarto & Sulisyastuti, 2017: 195) koefiien determinasi biasanya ditandai "R^2" pada pedoman pengukuran jumlah model pada besarnya keahlian yang dapat menggambarkan variabel dependen. Oleh karena itu, koefisien determinasi menilai persentase seluruh variabel independen dalam versi regresi terhadap variabel dependen.

3.6 Uji Hipotesis

Menurut (Nasution, 2016: 39) hipotesis merupakan frase atau frase sementara sebagai tebakan mengenai hal yang diamati dalam cara untuk mengertinya. Hipotesis bisa diturunkan dari toeri, namun kalanya ada selisih yang sulit antara hipotesis dan teori. Terdapat persepsi jika dalam teori-teori teoritis terdapat tingkatan inflasi pada hipotesis. Mulanya, konsep pada hipotesis yang harus diverifikasi. Dalam pengujian hipotesis memanfaatkan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution)* versi 21.

3.6.1 Uji T (Parsial)

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 53) dapat dilihat pentingnya akibat variabel independen terhadap variabel dependen ringkasan bisa dinilai pada kolom terakhir dari nilai sig, bahwa nilai signifikasi dari variabel penjualan adalah 0,000, berarti variabel ini mempunyai dampak signifikan pada total laba. Nilai signifikan di variabel promosi < 0,05, jadi kesimpulannya ditolak H_0 atau dengan penjualan dan promosi berpengaruh signifikan kepada total laba.

3.6.2 Uji F (Simultan)

Uji F dipakai agar mendapatkan secara simultan apakah pengaruh antara variabel independen fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

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

Rumus 3. 5 F_{hitung}

Sumber: (Widodo, 2017: 209)

Keterangan:

F = F_{hitung} berkonsultasi dengan ftabel

R^2 = penemuan korelasi parsial

n = Total sampel

K = jumlah variabel independen

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016: 51) uji F dalam model analisis regresi linier berganda mempunyai tujuan mengetahui pengaruh variabel independen secara dengan simultan. Kriteria penguji yaitu:

a. Jika nilai signifikasi adalah > 0,05 jadi keputusan untuk menerima H_0 atau variabel independen sebagai hasil simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika nilai signifikaso adalah < 0,05 jadi keputusan untuk tolak H_0 atau variabel dependen sebagai hasil pengaruh simultan signifikan kepada variabel independen.

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Untuk penelitian ini dilaksanakan di Eska Hotel yang berlokasi pada Ruko Kepri Mall No. 27–34, Sukajadi, Batam Center. Penelitian dilakukan unutk mengetahui seberapa banyak pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	**Waktu Pelaksanaan**													
	Tahun 2019													
	Septmber	**Oktober**				**November**		**Desember**			**Januari**			
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**
Pengajuan Judul														
Identifikasi Masalah														
Tinjauan Pustaka														
Metodologi Penelitian														
Penyusunan Kiesioner														
Penyerahan Kuesioner														
Mengelola Data														
Kesimpulan & Saran														
Penyelesaian Skripsi														