

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL 01  
BATAM CENTRE**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Ahmad Randy**

**150910490**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL 01  
BATAM CENTRE**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**Ahmad Randy**

**150910490**

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

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Randy  
NPM/NIP : 150910490  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel 01 Batam Center.**

Adalah hasil dari karya saya sendiri dan bukan hasil dari “duplikasi” dari hasil karya yang dibuat orang lain. Sepengetahuan saya, dalam 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak-benaran 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun. .

Batam, 8 Agustus 2019

*Materai Rp6.000,00*

**Ahmad Randy**  
**150910490**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL 01  
BATAM CENTRE**

**SKRIPSI**  
**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh**  
**Ahmad Randy**  
**150910490**

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

**Batam, 8 Agustus 2019**

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

## ABSTRAK

Salah satu sarana yang sangat menunjang keberlangsungan perkembangan wisata di Batam yaitu industri Perhotelan. Sarana ini berperan sangat besar dalam memberikan fasilitas terhadap wisatawan dalam penyediaan akomodasi dengan produk utama berupa pelayanan dan fasilitas penginapan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hotel 01 Batam Center. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 6051 orang konsumen dengan memiliki karakteristik yang berbeda-beda ataupun tertentu. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 375 yang diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *aksidental sampling*. Hasil penelitian menyatakan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $12.780 > (1,9664)$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya berpengaruh signifikan, pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3.952 > (1,9664)$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya berpengaruh signifikan dan secara bersamaan kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $121.621 > (3,8)$ ). Dan nilai  $R^2$  39,5% artinya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas, sementara sisanya 60,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Kesimpulan pada penelitian ini kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen**

## ***ABSTRACT***

One of the facilities that really support the sustainability of tourism development in Batam is the hospitality industry. This facility provides a very large in providing facilities to tourists in the provision of accommodation with the main product providing services and lodging facilities. This research refers to studying the quality of services and facilities on customer satisfaction. This research is a quantitative descriptive study, using primary and secondary data, data collection techniques by distributing questionnaires. The population in this study were consumers of Hotel 01 Batam Center. The population in this study amounted to 6051 consumers with different different special characteristics. The sample in this study was released 375 taken using non probability sampling techniques with accidental sampling method, the results of this study prove the quality of service to customer satisfaction with a  $t_{count}$  greater than  $t_{table}$   $(12,780) > (1.9664)$  with a significance value of  $0,000 < 0.05$ , means the significance, the significance of the facility to customer satisfaction with  $t_{count}$  greater than  $t_{table}$   $(3.952) > (1.9664)$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , means that there is significant and overall significant comfort of the service and assistance to customer satisfaction with value significance of  $0,000 < 0.05$  and  $F_{count}$  greater than  $F_{table}$   $(121,621) > (3,8)$ . And the value of  $R^2$  39.5% refers to the quality of services and facilities, while the remaining 60.5% is approved by variables not included in this study. The conclusion of this study is the quality of service and facilities is positive and significant to customer satisfaction.

**Keywords: Service Quality, Facilities, Consumer Satisfaction**

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini belumlah sempurna seperti yang diharapkan, namun hal ini dikarenakan keterbatasan ilmu dan wawasan yang penulis miliki. Untuk itu penulis bersedia menerima masukan maupun saran dari Dosen Penguji dan Dosen Pembimbing demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimah kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.kom.,M.SI, selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E.,M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan kepada penulis
3. Ibu Mauli Siagian,S.Kom., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;

Semoga tuhan yang maha esa senantiasa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 8 Agustus 2019

Ahmad Randy

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.6.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II</b> .....	11
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	11
2.1 Teori Dasar .....	11
2.1.1 Kepuasan Konsumen .....	11
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	11
2.1.1.2 Cara mengukur Kepuasan Konsumen .....	13
2.1.1.3 Teori Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.1.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi keluhan konsumen .....	15
2.1.1.5 Hak dan kewajiban Konsumen .....	15
2.1.1.6 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	16
2.1.1.7 Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan .....	18
2.1.1.8 Indikator kepuasan konsumen .....	18
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.2.1 Kualitas .....	18
2.1.2.2 Dimensi kualitas .....	19
2.1.2.3 Prinsip-prinsip kualitas jasa .....	20
2.1.2.4 Pelayanan .....	21
2.1.2.5 Faktor-faktor hambatan dalam pelayanan .....	22
2.1.2.6 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	23
2.1.2.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan .....	24
2.1.2.8 Indikator Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.2.9 Dimensi kualitas pelayanan .....	25

2.1.3 Fasilitas .....	26
2.1.3.1 Pengertian Fasilitas .....	26
2.1.3.2 Desain fasilitas jasa .....	28
2.1.3.3 Indikator Fasilitas .....	29
2.2. Penelitian Terdahulu .....	30
2.3. Kerangka Pemikiran .....	33
2.4 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III</b> .....	37
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Desain Penelitian .....	37
3.2 Operasional Variabel .....	37
3.2.1 Variabel Terikat (dependen) .....	38
3.2.2 Variabel Bebas (Independen) .....	38
3.2.2.1 Kualitas Pelayanan .....	39
3.2.2.2 Fasilitas .....	39
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
3.3.1 Populasi .....	40
3.3.2 Sampel .....	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.5. Metode Analisis Data .....	45
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	45
3.5.2 Uji Kualitas Data .....	46
3.5.2.1 Uji Validitas Data .....	46
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.5.3 Uji Asumsi .....	48
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	49
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas .....	49
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	50
3.5.4. Uji Pengaruh .....	50
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
3.5.4.2 Analisis Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
3.5.5 Uji Hipotesis .....	53
3.5.5.1 Uji t (Regresi Parsial) .....	53
3.5.5.2 Uji F (Regresi Simultan) .....	54
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	55
3.6.1. Lokasi Penelitian .....	55
3.6.2. Jadwal Penelitian .....	56
<b>BAB IV</b> .....	57
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	57
4.1. Hasil Penelitian .....	57
4.1.1 Berdasarkan Profil Responden .....	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	60
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63

4.2. Hasil Penelitian .....	64
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	64
4.2.1.1 Kualitas Pelayanan (X1).....	64
4.2.1.2 Fasilitas (X2) .....	71
4.2.1.3 Kepuasan Konsumen (Y) .....	77
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data .....	83
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Data .....	83
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	86
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	86
4.2.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.2.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh .....	91
4.2.4.1 Hasil Uji regresi Linier Berganda .....	91
4.2.4.2 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	93
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis .....	94
4.2.5.1 Hasil Uji T.....	94
4.2.5.2 Hasil uji F.....	96
4.3 Pembahasan.....	97
<b>BAB V.....</b>	<b>102</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
5.1 Simpulan .....	102
5.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>PENDUKUNG PENELITIAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PENELITIAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka berpikir.....	33
Gambar 4. 1 Grafik Jenis Kelamin Responden.....	59
Gambar 4. 2 Grafik Usia Responden .....	60
Gambar 4. 3 Grafik pendidikan Responden.....	61
Gambar 4. 4 Grafik Pekerjaan Responden.....	62
Gambar 4. 5 Grafik Pendapatan Responden .....	64
Gambar 4. 6 Grafik Tanggapan Responden terhadap Karyawan hotel berpakaian rapi dan sangat ramah. ....	65
Gambar 4. 7 Grafik Tanggapan Responden terhadap karyawan hotel 01 dapat diandalkan dalam mengatasi masalah.....	66
Gambar 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Prosedur pelayanan atau pendaftaran konsumen tidak berbelit belit.....	67
Gambar 4. 9 Grafik Tanggapan Responden terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan memuaskan .....	68
Gambar 4. 10 Grafik Tanggapan Responden terhadap Karyawan hotel 01 tanggap terhadap keluhan konsumen.....	69
Gambar 4. 11 Grafik Tanggapan Responden Hotel 01 menjamin keamanan tamu yang menginap.....	70
Gambar 4. 12 Grafik Tanggapan Responden tentang Tersedia pelayanan 24 jam bagi tamu yang menginap .....	71
Gambar 4. 14 Grafik Tanggapan Responden tentang Tempat parkir yang disediakan hotel 01 memadai.....	73
Gambar 4. 15 Grafik Tanggapan Responden tentang kondisi pencahayaan hotel 01 sangat terang .....	74
Gambar 4. 16 Grafik Tanggapan Responden tentang Fasilitas yang ditawarkan tertata dengan rapi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga memudahkan konsumen .....	75
Gambar 4. 17 Grafik Tanggapan Responden tentang Menu restoran sangat bervariasi.....	76
Gambar 4. 18 Grafik Tanggapan Responden tentang Wifi hotel 01 tidak pernah ada gangguan. ....	77
Gambar 4. 19 Grafik Tanggapan Responden tentang Kepuasan Terhadap Fasilitas .....	78
Gambar 4. 20 Grafik Tanggapan Responden tentang kepuasan dengan ketanggapan karyawan hotel 01 dalam penanganan keluhan konsumen.....	79
Gambar 4. 21 Grafik Tanggapan Responden tentang kepuasan dengan kenyamanan suasana Hotel 01 .....	80

Gambar 4. 22 Grafik Tanggapan Responden kepuasan dan kemudahan terhadap pelayanan yang diberikan .....	81
Gambar 4. 23 Grafik Tanggapan Responden kepuasan terhadap konsumen yang berniat akan datang kembali .....	82
Gambar 4. 24 Grafik Tanggapan Responden kepuasan terhadap konsumen yang akan merekomendasikan kepada teman-teman untuk menginap di hotel 01 Batam Centre. ....	83
Gambar 4. 25 Histogram .....	87
Gambar 4. 26 Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized.....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fasilitas Hotel 01 Batam Centre .....	5
Tabel 1. 2 Jumlah pengunjung Hotel 01 Batam centre periode 2016 – 2018 .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden.....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	62
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Responden.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4. 8 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	88
Tabel 4. 9 Hasil uji Heteroskedastisitas Park Gleyser .....	89
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	95
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	96

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	42
Rumus 3. 2 Korelasi <i>pearson product</i> .....	47
Rumus 3. 3 Cronbach's Alpha .....	48
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda .....	51
Rumus 3. 5 Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
Rumus 3. 6 Uji t.....	53
Rumus 3. 7 Uji F.....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis di sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Industri pariwisata kebal akan krisis global, disaat perekonomian global terpuruk, pertumbuhan pariwisata di Indonesia tetap tumbuh terutama di kota batam. Satu di antara pertumbuhan tersebut karena kontribusi penerimaan devisa Indonesia dari wisatawan mancanegara, kota Batam juga terkenal dengan potensi wisatanya, Perkembangan positif industri pariwisata di Batam tidak luput dari dukungan pemerintah Kota Batam terhadap pihak swasta, upaya pihak swasta dalam mengembangkan pariwisata disambut baik oleh pemerintah kota Batam melihat pertumbuhan industri pariwisata di Batam.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff atau karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi Tamu yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini seringkali hotel digunakan untuk

acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan sebagai sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini.

Salah satu sarana yang sangat menunjang keberlangsungan perkembangan wisata di Batam yaitu industri Perhotelan. Sarana ini berperan sangat besar dalam memberikan fasilitas terhadap wisatawan dalam penyediaan akomodasi dengan produk utama berupa pelayanan dan fasilitas penginapan. Salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan, pertahanan maupun tumbuh kembang perusahaan yaitu kualitas pelayanan (*service quality*) dan fasilitas (*facility*).

Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citra menjadi positif. Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen..Tamu pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan.

Jika suatu kualitas pelayanan dan fasilitas yang tidak baik akan memberikan kesan yang tidak baik pula pada pengunjung. Yunus dan Budiyanto (2014 : 3) juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi

pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service*, dan lain-lain. Adanya hubungan yang erat antara pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan pengunjung.

Broto dan Wenas (2016 : 155) fasilitas adalah segala sesuatu yang memang sengaja dibuat oleh perusahaan untuk digunakan dan dinikmati oleh konsumen dalam pembelian suatu produk atau jasa, dengan adanya fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk atau jasa. Fasilitas yang lengkap merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Dalam industri perhotelan sangat berpengaruh terhadap tersedianya fasilitas , jika kurangnya fasilitas maka akan berdampak pada keterbatasan layanan yang diberikan.

Konsumen dalam menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan hotel tergantung kepada pelayanan yang diberikan baik sebelum maupun sesudah konsumen merasakan pelayanan di hotel. Dengan dilakukannya penilaian terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diketahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel, mutu pelayanan hotel dapat dilihat dari aspek kepuasan konsumen juga dapat diketahui dari harapan konsumen. Moha dan Loindong (2016 : 577) mendefinisikan Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Kepuasan konsisten juga akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian ulang atau pembelian yang sifatnya terus menerus terhadap pembelian jasa yang sama. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Dengan semakin banyaknya pihak yang

menawarkan produk atau jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak pula. Dengan demikian kekuatan tawar-menawar konsumen akan semakin besar pula.

Hotel 01 yang beralamat di Jalan Engku Putri No. 1 teluk kering, Batam kota, kepulauan riau yang merupakan salah satu bisnis di bidang pariwisata yaitu perhotelan, hotel ini berdiri pada tanggal 12 januari 2009. Tingginya tingkat persaingan industri perhotelan di kota Batam akibat meningkatnya kompleksitas pasar dari permintaan wisatawan yang beragam. Untuk itu, hotel perlu memiliki pengelolaan dan strategi yang baik dan kompeten agar bisa bersaing. Kepuasan konsumen bisa tercapai apabila konsumen merasa puas atas pelayanan yang diperoleh, salah satunya dipengaruhi oleh aspek kualitas pelayanan. Menyiasati perkembangan persaingan yang semakin kompetitif,

Para pengusaha yang bergerak dalam bidang perhotelan diminta untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen agar dapat bersaing dan mampu berkembang dalam kondisi yang sangat kompetitif. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku tamu sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya.

. Adapun masalah yang terjadi di hotel 01 Batam *centre* dilihat dari kurang ramahnya karyawan ketika melayani tamu serta dalam memberikan informasi kurang jelas sehingga tamu menjadi salah pengertian dan menjadi tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, Ketika ada tamu yang *complain* pihak Hotel

sendiri kurang Sigap, Banyak karyawan yang kurang mendalami bahasa Asing sehingga ketika melayani tamu asing banyak terjadinya *miscommunication*.

Keluhan fasilitas yang perlu ditata dengan baik lagi dilihat dari tempat parkir yang tersedia hanya sedikit, sehingga tempat parkir motor dan mobil digabung menjadi satu ketika hotel ramai tamu yang menginap harus parkir di luar perkarangan hotel, kenyamanan dan kebersihan fasilitas hotel kurang di perhatikan, terutama restaurant, dari peralatan hotel juga kurang diperhatikan misalkan wifi yang sering mengalami gangguan, tidak adanya inisiatif dalam mengolah makanan untuk restaurant, jdi makanan sarapan pagi tidak banyak pilihan makanan sehingga membuat pengunjung merasa bosan dengan makanan yang kurang bervariasi. Berikut ini data Fasilitas dari hotel 01 Batam *centre*

Berikut ini fasilitas yang ada di hotel 01 Batam Centre.

**Tabel 1. 1** Fasilitas Hotel 01 Batam Centre

NO	Fasilitas Kamar	Fasilitas Bisnis	Fasilitas Publik
1.	Handuk	Meeting room	Restoran
2.	Tv kabel	Proyektor	Wifi
3	Meja	Microphone	Lift
4.	Minibar		Kolam renang
5.	Hairdryer		Tempat parkir
6.	Televisi LCD		
7.	Shower		

**Sumber:** Hotel 01 Batam

Dari data fasilitas di atas hotel 01 batam centre mempunyai fasilitas yang terdiri dari fasilitas kamar, fasilitas bisnis dan fasilitas publik, fasilitas kamar yang terdiri dari handuk, tv kabel, meja, minibar, hairdryer, televisi LCD, shower, sedangkan fasilitas bisnis yang terdiri dari meeting room, proyektor, microphone dan fasilitas publik yang terdiri dari restoran, wifi, lift, kolam renang

Semua masalah yang terjadi ini mengakibatkan turunnya minat konsumen yang menginap di hotel 01 batam centre dari tahun ke tahun. Berikut ini adalah daftar tamu yang menginap 3 tahun terakhir

**Tabel 1. 2** Jumlah pengunjung Hotel 01 Batam centre periode 2016 – 2018

Bulan	Tahun		
	2016	2017	2018
Januari	712	658	556
Februari	605	652	515
Maret	563	440	422
April	541	415	409
Mei	493	470	517
Juni	651	511	442
Juli	632	589	520
Agustus	497	487	465
September	466	535	488
Oktober	659	484	452
November	698	610	576
Desember	854	792	689
TOTAL	7.371	6.643	6.051

**Sumber:** Hotel 01 Batam

Dari tabel diatas terlihat bahwa terjadi fluktuasi penurunan jumlah tamu yang menginap dari tahun ke tahun selama periode tahun 2016-2018 jumlah tamu yang menginap cenderung mengalami penurunan. Total hunian terbanyak adalah pada tahun 2016 dengan jumlah 7.371 dan pada tahun 2017 sebanyak 6.643 dan

pada tahun 2018 mengalami penurunan dengan jumlah 6.051 dikarenakan tingkat persaingan yang tinggi di bidang jasa perhotelan menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk menginap. Penurunan jumlah tamu hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung mengalami penurunan.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik konsumen dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. Kemampuan berkomunikasi yang efektif merupakan instrumen untuk menghasilkan kepercayaan konsumen. Komunikasi yang efektif akan membantu konsumen untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya menciptakan kepercayaan pada perusahaan penyedia jasa, karena komunikasi yang sering dan bermutu tinggi akan menghasilkan kepercayaan yang lebih besar, konsumen yang puas dapat memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Sebuah hotel akan berusaha meningkatkan fasilitas demi kepuasan konsumen sehingga kelangsungan perusahaan terus berjalan. Seorang pelanggan akan menjaga loyalitas bahkan mungkin akan menginformasikan kepada orang lain bila merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa dalam hal ini adalah Hotel. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan Tamu dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia

akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas pelayanan tersebut di pandangan para tamu.

Berdasarkan uraian aspek- aspek di latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel 01 Batam Centre”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu pada Hotel 01 batam dan oleh karena itu berdasarkan latar belakang penelitian, sehingga peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Karyawan Dalam melayani tamu kurang ramah, serta dalam memberikan informasi kurang jelas sehingga tamu menjadi salah pengertian dan menjadi tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Kurangnya kesigapan ketika tamu *complain* sehingga tamu menjadi kesal dan marah
3. Keterbatasan bahasa ketika melayani tamu asing sehingga terjadinya *miscommunication*
4. Kurang nya fasilitas yang diberikan seperti, minimnya tempat parkir yang disediakan sehingga tempat parkir motor dan mobil digabung menjadi satu,

5. Makanan sarapan pagi yang kurang bervariasi yang membuat tamu tidak banyak pilihan makanan
6. Kebersihan peralatan dan wifi yang sering mengalami gangguan
7. Kepuasan konsumen yang sangat rendah yang dilihat dari tingkat hunian yang semakin turun dari tahun ke tahun

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis teliti maka permasalahan penelitian yang akan peneliti lakukan dibatasi pada :

1. Variabel Independen : Kualitas Pelayanan dan Fasilitas
2. Variabel Dependen : Kepuasan Konsumen
3. Konsumen yang diteliti pada Hotel 01 Batam Centre

### **1.4. Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam?

2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam?
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam?

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

1. Bagi Peneliti Selanjutnya, dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan sistem pelayanan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu.
2. Bagi Akademis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Penulis  
Untuk menambah wawasan pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan beberapa teori yang pernah dipelajari dalam perkuliahan.
2. Bagi Perusahaan  
Memberikan masukan kepada perusahaan bahwa meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sangat penting untuk kemajuan perusahaan tersebut dan mengetahui sejauh mana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam mengimpletasikan teori yang ditelitinya kedalam dunia bisnis yang sebenarnya.
3. Bagi pihak lain

Untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya dan juga untuk memberikan informasi yang berkenaan dengan kepuasan konsumen

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Kepuasan Konsumen**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Pada umumnya harapan dari konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang mereka dapat dari mereka membeli produk atau jasa. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan bagi perusahaan karena biaya mendapatkan konsumen yang baru lima kali lebih besar dari pada mempertahankan konsumen yang sudah ada Munawir (2018 : 205).

Menurut Abdullah and Tantri (2018 : 142) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan. Memuaskan konsumen adalah keinginan semua perusahaan, selain faktor penting untuk keberlangsungan jalannya suatu perusahaan memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Lumentut dan Palandeng (2014 : 127) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.

Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan terhadap suatu produk sesuai dengan yang diinginkan dan kenyataan yang diterima oleh konsumen, jika suatu produk tersebut jauh dari harapan maka

konsumen akan kecewa dan sebaliknya jika produk tersebut sesuai dengan yang diinginkan maka konsumen akan puas Sangadji dan Sopiah (2013 : 181).

Priansa (2017 : 197) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen berdasarkan kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan atau organisasi karna jika konsumen puas dengan apa yang diberikan maka itu akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan mempertahankan konsumen. Setelah melihat dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen yaitu mencakup antara harapan dan hasil yang dirasakan konsumen pada saat mereka membeli atau menggunakan produk dan jasa tersebut.

Dengan demikian tingkat kepuasan adalah fungsi dan perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen dapat memahami salah satu dari tingkat kepuasan umum, jika kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas. Konsep kepuasan konsumen sebenarnya masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam transaksi pembelian barang dan jasa sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

Konsumen dalam menyatakan kepuasan atau ketidak puas terhadap pelayanan hotel tergantung kepada pelayanannya baik sebelum maupun sesudah

konsumen merasakan pelayanan di hotel. Dengan dilakukannya penilaian terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diketahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel, mutu pelayanan hotel dapat dilihat dari aspek kepuasan konsumen juga dapat diketahui dari harapan konsumen. Kepuasan konsisten juga akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian ulang atau pembelian yang sifatnya terus menerus terhadap pembelian jasa yang sama. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Dengan semakin banyaknya pihak yang menawarkan produk atau jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak pula. Dengan demikian kekuatan tawar-menawar konsumen akan semakin besar pula.

#### **2.1.1.2 Cara mengukur Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono and Diana (2015 : 55-58) ada beberapa cara mengukur kepuasan konsumen yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran yang bias disampaikan melalui kartu saran atau keluhan, suara telpon bebas pulsa, *website, newsletter, email, fax, blog* dan lainnya. Setiap masalah yang muncul bisa di atasi dengan cepat , sebelum tersebar ke mana-mana. Secara teori konsumen yang merasa *complain* nya diatasi dengan cepat dan baik mereka cenderung hanya mencerikan kepada 5 orang saja dan kemungkinan besar mereka akan kembali lagi menggunakan produk dan jasa tersebut.
2. *Ghost Shopping* atau *mystery shopping* yaitu menggunakan peneliti sebagai konsumen biasa tanpa menyebutkan identitas. Seorang ghost

shopper akan berinteraksi dengan karyawan perusahaan yang diteliti seperti layaknya konsumen biasa, selama proses interaksi *ghost shopper* akan melakukan observasi sejumlah aspek yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan.

3. *Lost customer analysis* yaitu perusahaan kembali menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau yang sudah beralih ke perusahaan lain dan mengidentifikasi mengapa hal itu bisa terjadi dan mengambil kebijakan dan perbaikan atas kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya
4. *Survey*, banyak perusahaan melakukan metode ini untuk mengetahui kepuasan konsumen, survey biasa dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung, telepon, melalui pos, *email* dan *website*.

### **2.1.1.3 Teori Kepuasan Konsumen**

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013 : 183) ada beberapa teori kepuasan konsumen yaitu :

1. Teori Perasaan *afektif eksperimental (experientially affective feeling theory)*
2. Teori kepuasan (*the expectancy disconfirmation model*)
3. Teori keadilan
4. Teori *atribusi*, kegagalan produk dan kepuasan konsumen
5. Kinerja produk *aktual*
6. *Afeksi* dan CS/D

#### **2.1.1.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi keluhan konsumen**

menurut Sangadji and Sopiah (2013 : 244 - 245) ada beberapa factor yang mempengaruhi keluhan konsumen yaitu :

1. Meningkatnya tingkat ketidakpuasan
2. Sikap konsumen untuk mengeluh meningkat
3. Jumlah manfaat yang diperoleh dari sikap mengeluh meningkat
4. Perusahaan disalahkan atas suatu masalah
5. Produk yang ingin dibeli penting bagi konsumen
6. Sumber – sumber yang ada untuk konsumen mengeluh meningkat

#### **2.1.1.5 Hak dan kewajiban Konsumen**

Hak dan kewajiban konsumen diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen pasal 4. Berikut merupakan hak dan kewajiban konsumen

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa.
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan jasa dengan nilai tukar, kondisi dan jaminan yang dijanjikan .
3. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa tersebut.
4. Hak untuk didengarkan pendapat dan keluhan atas barang dan jasa yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan perlindungan dan menyelesaikan sengketa secara patut

6. Hak untuk mendapatkan pelatihan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk mendapatkan perilaku yang baik, sopan dan jujur
8. Hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi atas barang dan jasa yang didapatkan tidak sesuai dengan yang semestinya
9. Dan hak-hak untuk mendapatkan perlindungan yang diatur dalam undang-undang lainnya.

#### **2.1.1.6 Manfaat Kepuasan Konsumen**

Ada beberapa manfaat kepuasan konsumen menurut Priansa (2017 : 197-199) yaitu :

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Dalam persaingan bisnis banyak industry ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam hal pemotongan harga menjadi senjata untuk mendapatkan pangsa pasar. Fokus pada kepuasan konsumen merupakan upaya mempertahankan konsumen dalam menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati bahwa cukup banyak konsumen yang bersedia membayar mahal untuk pelayanan dan kualitas yang baik.

2. Manfaat ekonomik retensi konsumen versus *perceptual prospecting*

Mempertahankan konsumen jauh lebih murah dari pada terus-menerus berupaya menarik konsumen baru, beberapa pendapat menyatakan bahwa mempertahankan konsumen jauh lebih murah empat sampai enam kali lipat dibandingkan dengan biaya mendapatkan konsumen yang baru.

3. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan pada konsep *customer lifetime value*, mempertahankan loyalitas konsumen dapat meningkatkan anuitas yang jauh lebih besar dari pada untuk pembelian individual.

4. Daya persuasive *word of mouth*

Banyak perusahaan tidak hanya meneliti kepuasan total, tapi juga melihat dan mencermati sejauh mana konsumen bersedia merekomendasikan produk dan jasa perusahaan tersebut. *Word of mouth* negatif dapat merusak popularitas dan citra perusahaan. Konsumen yang tidak puas dapat mempengaruhi sikap dan penilaian negatif terhadap keputusan pembelian konsumen baru.

5. Reduksi *sensitivitas* harga

Konsumen yang memiliki loyalitas terhadap perusahaan cenderung untuk menawar harga setiap pembelian, kepuasan konsumen dapat mengalihkan fokus terhadap harga pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

6. Kepuasan konsumen merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang, karena membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen membutuhkan waktu yang lama sebelum mendapatkan reputasi atas atas pe;ayana prima.

### **2.1.1.7 Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan**

Munculnya ketidakpuasan konsumen disebabkan oleh beberapa faktor Alma (2018 : 289) yaitu :

1. Tidak apa yang diharapkan dengan kenyataan
2. Layanan yang diberikan selama memakai jasa tersebut tidak memuaskan
3. Perilaku personil kurang memuaskan
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan kurang memadai
5. Biaya terlalu mahal karena jarak yang terlalu jauh dan waktu yang terbuang
6. Promosi dan iklan berlebihan tidak sesuai dengan kenyatannya.

### **2.1.1.8 Indikator kepuasan konsumen**

Indikator yang menyangkut tentang kepuasan konsumen menurut Sangadji dan Sopiah (2013 : 181) yaitu :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1 Kualitas**

Kualitas merupakan aspek yang sangat penting bagi perkembangan suatu perusahaan, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter yang utama untuk menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk atau layanan, Wahyuni et al. ( 2014 : 3). Menurut Dora (2017 : 17) Kualitas adalah

jantung dari keberlangsungan eksistensi sebuah institusi dan gerakan revolusi dalam meningkatkan kualitas diintegrasikan ke dalam kebutuhan serta tuntutan yang tidak dapat diabaikan jika institusi ingin terus eksis dan berkembang.

Menurut Priansa (2017 : 51) kualitas adalah penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan yang berkelanjutan.

Wahyuni et al. (2014 : 5) juga mengatakan Kualitas adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Artinya, suatu barang atau jasa dinyatakan berkualitas apabila karakteristik barang atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu.

#### **2.1.2.2 Dimensi kualitas**

Menurut Wahyuni et al. (2014 : 11) ada beberapa dimensi kualitas yaitu :

1. Kinerja (*performance*) yaitu merupakan hal yang utama yang berkaitan dengan fungsi produk dan menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan membeli atau tidak produk tersebut.
2. *Feature* yaitu karakteristik suatu produk yang mampu memberi keunggulan dari produk yang sejenis.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu aspek produk yang berkaitan dengan daya laba atau *profitabilitas* untuk menjalankan fungsi sesuai dengan perinciannya dalam periode waktu tertentu.

4. Kesesuaian dengan *spesifikasi (conformance to specification)* yaitu aspek produk yang menunjukkan kesesuaian antara *spesifikasi* dengan kebutuhan konsumen
5. Daya tahan (*durability*) yaitu ukuran *kuantitatif* umur produk yang menunjukkan sampai kapan produk tersebut bias digunakan konsumen.
6. Kemampuan pelayanan (*serviceability*) yaitu ciri produk yang berkaitan dengan keramahan/kesopanan, kecepatan, kompetensi, kemudahan serta ketepatan dalam perbaikan.
7. Keindahan produk yaitu bentuk fisik suatu produk dan men jadi daya tarik yang utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.
8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) yang bersifat subjektif, berkaitan dengan citra suatu produk reputasi dan tanggung jawab suatu perusahaan.

### **2.1.2.3 Prinsip-prinsip kualitas jasa**

Untuk menciptakan suatu perusahaan yang kondusif, terdapat beberapa prinsip-prinsip yang menjadi acuan dalam memberikan kualitas jasa kepada konsumen Priansa (2017 : 54)

1. Sistem dan kebijakan
2. Kepemimpinan
3. Pendidikan dan pelatihan
4. Perencanaan
5. *Review*

6. Komunikasi
7. *Rewards*
8. Kepuasan konsumen

#### **2.1.2.4 Pelayanan**

Dalam industri perhotelan pelayanan memiliki interaksi langsung dengan pelanggan, itulah sebabnya kepuasan pelanggan dapat menjadi replikasi kualitas layanan di hotel Gunarathne (2014 : 2) Menurut Kasmir (2017 : 47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan

Kasmir ( 2017 : 48) juga mengatakan pelayanan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu :

1. Pelayanan di dalam, yaitu pelayanan antara karyawan dan pimpinan atau sesama karyawan.
2. Pelayanan ke luar, yaitu pelayanan yang diberikan kepada nasabah atau pelanggan.

Menurut Kasmir (2017 : 66) ciri-ciri pelayanan yang baik itu adalah :

1. Tersedia karyawan yang baik
2. Adanya sarana dan prasarana yang baik
3. Bertanggung jawab kepada nasabah dari awal sampai selesai
4. Mampu melayani dengan cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi
6. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
7. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

8. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

#### **2.1.2.5 Faktor-faktor hambatan dalam pelayanan**

Menurut Yamit (2013 : 32) ada beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam pelayanan yaitu :

1. Kurang diberikannya wewenang kepada bawahan
2. Terlalu birokrasi sehingga lambat dalam menyelesaikan keluhan konsumen
3. Karyawan bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum mendapatkan ijin dari atasan
4. Petugas sering bertindak kaku dan tidak memberikan jalan keluar yang baik
5. Petugas sering tidak berada ditempat kerja sehingga susah untuk dihubungi
6. Banyak *interest* pribadi
7. Kebiasaan tip
8. Aturan main yang tidak terbuka dan tidak jelas
9. Kurang *profesional* dalam menguasai bidangnya
10. Banyak organisasi atau instansi yang ikut terlibat
11. Disiplin kerja yang kurang sehingga sering tidak tepat waktu
12. Tidak ada kesamaan antara bagian dalam memberikan layanan
13. Kurangnya pengontrolan
14. Adanya perbedaan dalam memberikan pelayanan
15. Belum adanya sistem informasi manajemen yang terpadu

### **2.1.2.6 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas jasa atau layanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan persepsi atau performa yang telah mereka rasakan, Suyitno (2018 : 132).

Menurut Suyitno (2018 : 133) kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan pengharapan ini, dan setelah menikmati jasa tadi, mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, bila jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi pengharapannya, mereka cenderung akan memakai lagi pemberi jasa itu.

Munawir (2018 : 206) juga mengatakan Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemberian pelayanan, keinginan pelanggan serta ketrampilan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Sari dan Jamil (2016 : 4) kualitas pelayanan adalah semua bentuk aktifitas yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan dengan tujuan memenuhi harapan dan memberikan kepuasan kepada konsumen

Para tamu wanita dan pria memiliki perspektif yang berbeda tentang kualitas layanan, wanita kebanyakan menggambarkan kualitas layanan dalam hal perasaan dan emosi dan menggabungkan kualitas layanan dengan ide-ide yang mereka rasa baik atau nyaman. Laki-laki lebih cenderung mengaitkan kualitas layanan dengan kebersihan dan kenyamanan Lu et al. (2015 : 175).

Menurut Yunus dan Budiyanto (2014 : 3) Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan jasa yang terima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

#### **2.1.2.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan**

Menurut Kasmir (2017 : 6) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu :

1. Jumlah tenaga kerja
2. Kualitas tenaga kerja (pengetahuan dan keterampilan)
3. Motivasi karyawan
4. Kepemimpinan
5. Budaya organisasi
6. Kesejahteraan karyawan
7. Lingkungan kerja dan lainnya

#### **2.1.2.8 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Sari dan Jamil (2016 : 4) terdapat lima indikator pokok untuk mengukur pelayanan pokok tersebut antara lain:

1. *Tangible* (bukti fisik)

Meliputi aspek – aspek nyata yang dapat dilihat dari gedung, tempat parkir, perlengkapan, sarana dan lainnya

2. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan, akurat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen

4. *Assurance* (jaminan)

yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

5. *Emphaty* (empati)

yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan.

#### **2.1.2.9 Dimensi kualitas pelayanan**

Ada 10 dimensi kualitas pelayanan menurut hardiyansyah (2018 : 57) yaitu :

1. *Tangible* yaitu terlihat, atau terjamah yang terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, personil dan juga komunikasi.
2. *Realiabe* yaitu kehandalan , yang terdiri dari kemampuan dalam memberikan pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan.
3. *Responsiveness* yaitu tanggap, kemauan dalam memberikan pelayanan dan bertanggungjawab terhadap kualitas yang diberikan.

4. Competence yaitu kompeten, yang memiliki pengetahuan yang luas dan memiliki keterampilan yang handal dalam memberikan pelayanan.
5. Courtesy atau ramah yaitu sikap atau perilaku yang ramah , bersahabat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.
6. Credibility atau dapat dipercaya yaitu sikap jujur dalam segala upaya untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen.
7. Security (merasa aman) yaitu jasa yang diberikan kepada konsumen harus bebas dari bahaya dan resiko yang dapat merugikan konsumen.
8. Acces ( akses ) yaitu kemudahan untuk memberi kontak dan pendekatan kepada konsumen
9. Communication atau komunikasi yaitu kamauan yang diberikan untuk mendengar keluhan dan aspirasi dari konsumen dan selalu memberikan informasi terbaru terhadap produk atau jasa yang dijual.
10. Understanding the customer atau memahami pelanggan, yaitu suatu hal yang dilakukan agar mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.

### **2.1.3 Fasilitas**

#### **2.1.3.1 Pengertian Fasilitas**

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang tersedia di dalam lingkungan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang maksimal dengan tujuan memberikan kepuasan dan kenyamanan untuk konsumen Emmywati (2018 : 187)

Menurut Lumentut and Palendeng (2014 : 127 ) 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.

Menurut Yunus dan Budiyanto (2014 : 6) Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan merupakan faktor yang menentukan konsumen untuk menginap disuatu hotel tertentu.

Suwandi et al. (2015 : 613) juga mengatakan fasilitas adalah peralatan fisik yang sengaja disediakan oleh perusahaan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan fasilitas merupakan sarana yang berbentuk fisik yang disediakan oleh perusahaan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi konsumen pesaing.

Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba. Fasilitas dalam penelitian ini adalah sarana yang disediakan oleh hotel. Pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal atau menginap di suatu hotel tertentu Pengukuran fasilitas dalam penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana fasilitas yang

telah disediakan dapat memenuhi harapan serta memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

### **2.1.3.2 Desain fasilitas jasa**

Menurut Tjiptono (2014 : 160-161) ada beberapa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan desain fasilitas jasa yaitu :

#### **1. Sifat dan tujuan organisasi jasa**

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenal dan desain *eksterior* bias menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya dan banyak organisasi yang memperoleh manfaat didalam desain khusus yang disesuaikan dengan sifat dan tujuannya.

#### **2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat**

Setiap perusahaan membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya perlu pertimbangan sejumlah faktor seperti kemampuan finansial, ketersediaan tanah, peraturan pemerintah berkenaan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

#### **3. Fleksibilitas**

Fasilitas desain yang sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga risiko keusangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas harus dapat disesuaikan secara mudah dan memperhitungkan pula kemungkinan perkembangan dimasa dating.

4. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertera secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama pemerhati masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan biasa terancam.

6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis usaha ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

### **2.1.3.3 Indikator Fasilitas**

Ada beberapa yang menjadi indikator dari fasilitas menurut Suyitno (2018 : 136) yaitu :

1. Kebersihan dan kerapian fasilitas
2. Kondisi dan fungsi fasilitas
3. Kelengkapan peralatan
4. Kemudahan menggunakan fasilitas

## 2.2. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Lumentut dan Palandeng (2014)	Fasilitas, <i>Servicescape</i> , Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado	Kuantitatif	Secara simultan dan parsial fasilitas, <i>servicescape</i> , dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen Mc Donald's Manado sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena sesuai dengan hasil penelitian variabel ini sangat lemah pengaruhnya
2.	Emmywati (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur	Analisis uji regresi linear berganda	1. kualitas kenyamanan dan keamanan berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mempunyai korelasi yang paling besar dibandingkan variable bebas lainnya 2. Variabel kenyamanan, kemudahan, keamanan dan fasilitas mempunyai hubungan kuat dan searah terhadap kepuuasan konsumen GaleriSeni Dan

				Meditation Ki Ageng Mirah Ponorogo dilihat dari nilai korelasi dan nilai koefisien determinas
3	Gunarathne (2014)	Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Sri Lanka Hotel industri	Kuantitatif	Temuan studi ini menunjukkan bahwa faktor yang paling penting dalam memprediksi evaluasi kualitas layanan pariwisata adalah tangibility, diikuti oleh empati, keandalan, dan 31esponsive. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa di antara lima dimensi kualitas layanan, jaminan memiliki hubungan negatif dengan kepuasan pelanggan
4	Munawir (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi	Analisis regresi linier dan Sampling purposive	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh parsial dan signifikan antara variabel kualitas layanan pada variabel kepuasan konsumen 0,233</li> <li>2. pengaruh parsial dan signifikan antara fasilitas variabel kepuasan konsumen variabel 0,819</li> <li>3. Variabel fasilitas memiliki pengaruh dominan pada variabel kepuasan pelanggan dari pada variabel kualitas layanan</li> <li>4. Variabel kualitas layanan dan fasilitas</li> </ol>

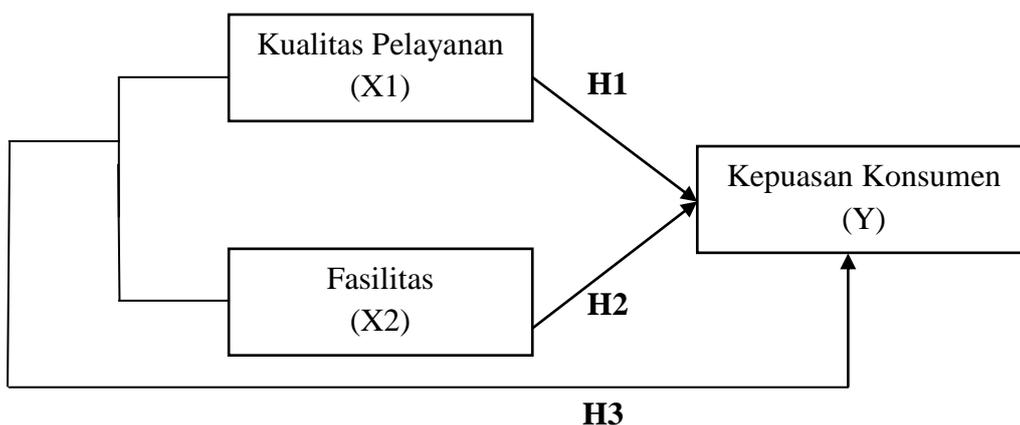
				secara bersamaan (bersama-sama) dan secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan 76,8% dan sisanya 23,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.
5	Suyitno (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) di Kabupaten Malang)	Regresi linier berganda dan pengolahan data menggunakan SPSS Versi 11.5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahwa kualitas pelayanan, ketetapan harga dan fasilitas berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pasien</li> <li>2. penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah kabupaten Malang</li> </ol>
6	Moha dan Loindong (2016)	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado	Asosiatif dan Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.</li> <li>2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.</li> <li>3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.</li> </ol>

7	Sari dan Jamil (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan	Regresi Linear Sederhana	Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka $H_0$ ditolak, dan $H_a$ diterima
---	-----------------------	---	--------------------------	---

### 2.3. Kerangka Pemikiran

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

**Gambar 2. 1** Kerangka berpikir



### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara suatu penelitian yang perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis ilmiah adalah ketika mencoba untuk mengungkapkan jawaban untuk masalah yang diselidiki. Hipotesis ini

dikonfirmasi ketika semua gejala yang tidak bertentangan dengan hipotesis. Dalam upaya untuk membuktikan hipotesis, peneliti dapat dengan sengaja menyebabkan atau membuat gejala. Musyawarah ini disebut percobaan atau eksperimen. Hipotesis yang telah diverifikasi disebut teori.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel 01 Batam Center.

H<sub>2</sub> : Fasilitas berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel 01 Batam Center.

H<sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam Center.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kausalitas yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel Sanusi (2011 : 14), yaitu variabel bebas dan variabel terikat antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel 01 Batam *Centre*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei, dimana sample diambil menggunakan teknik *simple non probability sampling* dari semua populasi konsumen Hotel 01 Batam Centre dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data.

#### **3.2 Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, antara lain variable independen (X) dan variabel dependen (Y). Untuk mendapatkan gambaran yang lebih spesifik tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian maka variabel –variabel tersebut terlebih dahulu perlu diubah menjadi pengertian yang bersifat pasti sebagai nilai ukur sebuah variabel.

Dalam pengukuran variabel tersebut digunakan skala *likert*, Karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket (kuisisioner). Alasan menggunakan metode pengukuran skala *likert* menurut Sanusi (2011 : 59 ) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam variabel yang

merespon pernyataan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Menurut Sudaryono (2018 : 151) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun batasan atau operasional variabel yang diteliti adalah variabel dependen dan variabel independen.

### **3.2.1 Variabel Terikat (dependen)**

Sering disebut variabel output, kriteria dan konsekuen atau sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas Sugiyono (2018 : 61). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dengan indikator sebagai berikut :

1. Harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

### **3.2.2 Variabel Bebas (Independen)**

Variabel bebas atau *Independence variable* adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau

timbulnya variabel dependen (terikat), Biasanya dinotasikan dengan simbol X.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

### **3.2.2.1 Kualitas Pelayanan**

Variabel independen (X1) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan indikator sebagai berikut :

1. *Tangible* (bukti fisik)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Emphaty* (empati)

### **3.2.2.2 Fasilitas**

Variabel independen (X2) dalam penelitian ini adalah fasilitas dengan indikator sebagai berikut :

1. Kebersihan dan kerapian fasilitas
2. Kondisi dan fungsi fasilitas
3. Kelengkapan peralatan
4. Kemudahan menggunakan fasilitas

Secara keseluruhan variabel, definisi variabel, indikator variabel dan skala pengukuran data akan disajikan pada tabel 3.1

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Pelayanan (X1)	kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan pengharapan ini, dan setelah menikmati jasa tadi, mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan menurut Suyitno (2018 :133)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangible</i> (bukti fisik)</li> <li>2. <i>Reliability</i> (kehandalan)</li> <li>3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)</li> <li>4. <i>Assurance</i> (jaminan)</li> <li>5. <i>Emphaty</i> (empati)</li> </ol>	<i>Likert</i>
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan merupakan faktor yang menentukan konsumen untuk menginap disuatu hotel tertentu menurut Yunus and Budiyanto (2014: 6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebersihan dan kerapian fasilitas</li> <li>2. Kondisi dan fungsi fasilitas</li> <li>3. Kelengkapan peralatan</li> <li>4. Kemudahan menggunakan fasilitas</li> </ol>	<i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa menurut Lumentut and Palandeng (2014 :127).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harapan</li> <li>2. Minat berkunjung kembali</li> <li>3. Kesiediaan merekomendasikan</li> </ol>	<i>Likert</i>

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012 : 115) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Sedangkan Sanusi (2011 : 87) populasi adalah elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel 01 batam centre. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 6051 orang tamu dengan memiliki karakteristik yang berbeda-beda ataupun tertentu.

### **3.3.2 Sampel**

Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil seleksi tersebut dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Menurut Sugiyono (2018 : 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif atau mewakili.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberikan kesempatan atau peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2018 : 122) Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik *aksidental sampling* (sampel kebetulan), yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel Sugiyono (2018 : 124). Pengambilan data dilakukan pada saat konsumen menginap di hotel 01 Batam *Centre*

Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Untuk perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

**Rumus 3. 1 Rumus Slovin**

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan)

Dalam penelitian ini jumlah populasi adalah sebanyak 6051 Orang, namun dalam penelitian ini diambil tingkat kesalahan pengambilan sampel 5% untuk menjaga representative dari sampel penelitian, maka diperoleh :

$$N = 6051$$

$$e = 5\% \text{ (tingkat kesalahan)}$$

$$n = \frac{6051}{1 + 6051(0,05)^2}$$

$$n = \frac{6051}{16,1275}$$

$$n = 375$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan sesuai dengan rumus *slovin* maka didapatkan *sample* 375 konsumen.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data disini dibutuhkan teknik pengumpulan data yang paling tepat sehingga betul-betul didapat data yang valid dan reliable. Jangan semua teknik pengumpulan data ( angket atau kuesioner, observasi) dicantumkan jika sekiranya tidak bisa dilaksanakan. Selain itu konsekuensi dari mencantumkan ketiga teknik pengumpulan data itu adalah setiap teknik pengumpulan data yang dicantumkan harus disertai datanya. Memang untuk mendapatkan data yang lengkap dan objektif penggunaan berbagai teknik sangat diperlukan, tetapi bila satu teknik dipandang mencukupi maka teknik yang lain bila digunakan akan menjadi efisien Sugiyono (2018 : 193)

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara serta jenis data yang akan dikumpulkan, oleh karena itu penentuan teknik harus cocok dengan semua itu, sehingga data yang dikumpul benar-benar mengarah pada pemahaman fenomena sentral penelitian suharsaputra (2014 : 208 ). Jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sanusi (2011 : 104) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Selanjutnya jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara *interview* (wawancara), kuesioner(angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Berikut adalah teknik pengumpulan data berdasarkan tekniknya Sugiyono (2013 : 137)

1. *Interview* (Wawancara)

Teknik wawancara dilakukan oleh peneliti dalam studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan konsumen yang menginap di hotel 01 batam centre

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan yang bisa diharapkan dari responden.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner pada konsumen yang menginap di hotel 01 batam centre yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Sedangkan data sekunder yang digunakan oleh penulis adalah dengan cara mengumpulkan dan mempelajari informasi yang diperoleh dari buku-buku yang relevan dan jurnal sebagai pedoman teori dalam penulisan skripsi.

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert. Menurut Sanusi (2011 : 59) skala likert yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden yang merespon pernyataan yang berkaitan dengan indikator-indikator variabel yang sedang diukur oleh peneliti.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

No	Keterangan	Skala
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber :** Sugiyono (2018 : 135)

### 3.5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif yang akan dicari pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Setelah data diperoleh dari sampel yang mewakili populasi, langkah berikutnya adalah menganalisisnya untuk menguji hipotesis penelitian. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*)

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Wibowo (2012 : 24) analisis deskriptif adalah menjelaskan dan menggambarkan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada bagian yang penting yang berkaitan dengan data tersebut. Biasanya meliputi gambaran

atau mendeskripsikan seperti data mean, median, modus, range, varian, frekuensi, nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, data yang diolah dalam statistik dapat menghasilkan tabel, grafik, diagram.

### **3.5.2 Uji Kualitas Data**

Kualitas data berpengaruh pada ketepatan pengujian suatu hipotesis mengenai hubungan antar variabel yang dipakai dalam pengujian tersebut.

#### **3.5.2.1 Uji Validitas Data**

Validitas yaitu sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, maka alat pengukur tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur Suharsaputra (2014 : 98). Wibowo (2012 : 35) juga mengatakan valid tidaknya alat ukur bergantung pada mampu atau tidaknya alat pengukur tersebut mendapatkan tujuan yang akan diukur. Suatu alat pengukur yang valid bukan hanya mampu menunjukkan data dengan akurat namun juga harus mampu memberikan gambaran tepat mengenai data tersebut.

Besarnya nilai koefisien korelasi *pearson product Moment* dapat diperoleh dengan rumus:

### Rumus 3. 2 Korelasi *pearson product*

$$r_{ix} = \frac{n \sum x - (\sum i) (\sum x)}{n \sum x - (\sum i) (\sum x)}$$

**Sumber :** Wibowo (2012 : 37)

Keterangan :

$r_{ix}$  = Koefisien korelasi

I = Skor item

x = Skor total dari x

N = Jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (SPSS akan secara *default* menggunakan nilai ini). Kriteria diterima atau tidaknya suatu data valid atau tidak, jika :

- Jika  $r$  hitung  $\geq r$  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.
- Jika  $r$  hitung  $< r$  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.

#### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur Wibowo (2012 : 52). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau

variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Metode *Cronbach's Alpha* digunakan pada skala uji yang berbentuk skala likert (scoring scale), misalnya pengukuran dengan skala 1-5. Uji ini dilakukan dengan menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel jika  $r$  alpha positif dan  $r$  alpha  $> r$  tabel =df (a, n-2).

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{h\sigma_1^2} \right]$$

**Rumus 3. 3 C ronbach's Alpha**

**Sumber :** Wibowo (2012 : 52)

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

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

$h\sigma_1^2$  = varian total

### 3.5.3 Uji Asumsi

Menurut Wibowo (2012 : 61) uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrument yang digunakan dalam pengumpulan data seperti bentuk data, jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah didapat sehingga data yang sebelumnya tidak bisa menjadi terpenuhi atau prinsip *Best Linier Unbiased Estimator* atau *BLUE* terpenuhi.

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui nilai residu atau perbedaan yang ada yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk kurva jika digambarkan akan berbentuk lonceng, bell-shaped curve Wibowo (2012 : 61). Sedangkan menurut Sujarweni (2015 : 120) uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki meandan standar deviasi yang sama dengan data yang kita miliki.

Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui melalui dua cara yaitu :

1. analisis Normal P-P Plot Regression Standardized dan Histogram jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) jika nilai sig (2-tailed) lebih besar dari pada 5%, maka data berdistribusi normal.

### 3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu keadaan dimana terjadinya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi Priyatno (2010 : 81)

Menurut Priyatno (2010 : 81 ) ada beberapa metode pengujian yang biasa digunakan yaitu :

1. Dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi
2. Dengan membandingkan antara nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ )
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*

### **3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas yaitu keadaan diman terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi Priyatno (2010 : 83). Menurut Sanusi (2011 : 135) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan sama untuk semua nilai pendugaan Y. Jika terjadi heteroskedastisitas maka pendugaan secara berpasangan antara variabel tak bebas dengan variabel bebas.

### **3.5.4. Uji Pengaruh**

Uji ini akan menunjukkan bagaimana kedua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), dan fasilitas (X2) sebagai variabel dependen memengaruhi terhadap variabel independen yaitu kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan analisis sebagai berikut.

### 3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multi Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai –nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui Wibowo (2012 : 126).

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

#### Rumus 3. 4 Regresi Linear

**Sumber :** Wibowo (2012 : 127)

Keterangan :

Y = variabel dependen (variabel respons)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x1 = variabel independen pertama

x2 = variabel independen kedua

x3 = variabel independen ketiga

xn = variabel independen ke - n

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

Menurut Priyatno (2010 : 66) analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen Y. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model bisa menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka presentase pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

Rumus untuk mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen yaitu :

#### Rumus 3. 5 Determinasi ( $R^2$ )

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

**Sumber :** Priyatno (2010 : 66)

Keterangan :

$R^2$  = koefisien determinasi

$ryx_1$  = korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan Y

$ryx_2$  = Korelasi sederhana antara  $X_2$  dengan Y

$rx_1x_2$  = Korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan  $X_2$

### 3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu dengan menggunakan tingkat signifikan atau probabilitas dan tingkat kepercayaan atau *confidence interval* Wibowo (2012 : 124). Sedangkan menurut Sanusi ( 2011 : 144) Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara persial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan memperlihatkan hal-hal sebagai berikut :

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan menggunakan data sampel
2. Uji menghasilkan keputusan menolak H<sub>0</sub> atau sebaliknya menerima H<sub>0</sub>
3. Nilai uji dapat dilihat dengan menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai sig
4. Pengambilan kesimpulan bisa dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol.

#### 3.5.5.1 Uji t (Regresi Persial)

Uji t ini digunakan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel bebas secara persial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Priyatno (2011 : 52)

Rumusnya adalah:

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

**Rumus 3. 6 Uji t**

**Sumber :** Sugiyono (2012 : 184)

Keterangan :

$t$  = Nilai  $t_{hitung}$  yang selanjutnya dikonsultasikan dengan  $t_{tabel}$

$r$  = Korelasi parsial yang ditemukan

$n$  = Jumlah sampel

Hipotesis dalam pengujian ini yaitu :

$H_0$  = Secara parsial X (variabel independen) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y (variabel dependen)

$H_a$  = Secara parsial X (variabel independen) berpengaruh signifikan terhadap Y (variabel dependen)

Kriteria penilaian uji t yaitu :

- a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen
- b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen

### 3.5.5.2 Uji F (Regresi Simultan)

Menurut Priyatno (2011 : 51) uji F ini digunakan untuk mengukur apakah variabel bebas secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis dalam pengujian ini yaitu :

$H_0$  = Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

$H_a$  = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Kriteria penilaian uji F dengan membandingkan F table :

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

$F_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus :

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

**Rumus 3. 7 Uji F**

**Sumber :** Sugiyono (2012 : 192)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = anggota sampel

### **3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.6.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah Hotel 01 Batam Centre, Jalan Engku Putri No.1 Teluk Kering, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444.

