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

SKRIPSI

Oleh:
Dessy
160910318

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021

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

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Dessy
160910318

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dessy

NPM 160910318

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat dengan judul:

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

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

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 27 Januari 2021

Dessy

160910318

UPB

Universitas Putera Batam

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

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Dessy
160910318

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 27 Januari 2021

Winda Evyanto, S.S., M.MPd
Pembimbing

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata di kota Batam mengalami peningkatan yang sangat pesat. Persaingan di perusahaan jasa semakin ketat sehingga membutuhkan strategi-strategi tertentu untuk dapat bertahan di pangsa pasar yang makin meluas. Perusahaan harus memaksimalkan kepuasan pelanggan demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan atau bisa disebut dengan jangka panjang. Dalam mencapai kepuasan pelanggan yang diinginkan setiap pelanggan, perusahaan harus bisa memperhatikan dua variabel yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan. Pada penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Evitel Hotel Batam Karena fasilitas yang diberikan oleh evitel hotel selalu tidak sesuai dengan kepuasan yang pelanggan inginkan, membuat pelanggan berpikir dua kali untuk berkunjung lagi di lain waktu di Evitel Hotel Batam. Dalam kualitas pelayanan, kurangnya pelayanan yang diberikan seperti staf yang tidak ramah mengakibatkan evitel hotel dipandang buruk membuat pelanggan merasa kurang puas dengan kinerja karyawan di evitel hotel dan kurang komunikatif antara pelanggan dengan pelayanan pelanggan. Di penelitian ini memiliki populasi sebanyak 14.580 pelanggan. Sampel yang digunakan adalah teknik convenience sampling, dalam menghitung jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel 100. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dalam metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21. Berdasarkan hasil pengujian fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan; Fasilitas; Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

The development of tourism in the city of Batam has increased very rapidly. Competition in service companies is getting tighter, so it requires certain strategies to survive in the expanding market share. Companies must maximize customer satisfaction in order to maintain the survival of the company or it can be called the long term. In achieving the desired customer satisfaction, the company must be able to pay attention to two variables, namely facilities and service quality. In this study to determine and analyze the effect of facilities and service quality on customer satisfaction at Evitel Hotel Batam, because the facilities provided by the hotel evitel are always not in accordance with the satisfaction that customers want, making customers think twice about visiting again at another time at Evitel Hotel Batam. . In terms of service quality, the lack of service provided such as unfriendly staff results in hotel retailers being seen as bad, making customers feel less satisfied with the performance of employees at hotel retailers and less communicative between customers and customer service. This study has a population of 14,580 customers. The sample used is convenience sampling technique, in counting the number of samples using the Slovin formula with a sample size of 100. The data collection technique in this study used a questionnaire. In the data processing method in this study using SPSS 21. Based on the results of testing facilities and service quality simultaneously

Keywords: *Customer Satisfaction; Facilities; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

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

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

1. Rektor Universitas Putera Batam;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
3. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd., selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staf Akademik Universitas Putera Batam
6. Seluruh Konsumen dan pihak Evitel Hotel Batam yang telah sangat banyak membantu dalam pengisian Kuisioner
7. Dukungan dari keluarga tercinta yang selal memberikan doa, dan nasehat kepada penulis
8. Semua sahabat seperjuangan Manajemen yang telah banyak membantu penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik Nya, Amin.

Batam, 27 Januari 2021

Dessy

UPB

Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR RUMUS ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang. 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Batasan Masalah 6
1.4 Rumusan Masalah 7
1.5 Tujuan Penelitian 7
1.6 Manfaat Penelitian 7
1.6.1 Aspek Teoritis 8
1.6.2 Manfaat penelitian Teoritis 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Teori Dasar 9
2.1.1 Fasilitas 9
2.1.2 Kualitas Pelayanan 11
2.1.3 Kepuasan Pelanggan 13
2.2 Penelitian Terdahulu 15
2.3 Kerangka Pemikiran 20
2.4 Hipotesis 20
BAB III METODE PENELITIAN **21**
3.1 Desain Penelitian 21
3.2 Definisi Operasional 21
3.2.1 Independent variable 21
3.2.2 Dependent variable 23
3.3 Populasi dan Sampel 24
3.3.1 Populasi 24
3.3.2 Sampel 24
3.4 Teknik Pengumpulan Data 26
3.5 Metode Analisis Data 26
3.5.1 Analisis Desktiptif 27
3.5.2 Uji Kualitas Data 27
3.5.3 Uji pengaruh 30

3.6 Uji Hipotesis 31
3.6.1 Uji T (Parsial) 32
3.6.2 Uji F (Simultan) 32
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian 33
3.7.1 Lokasi Penelitian 33
3.7.2 Jadwal Penelitian 33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 34
4.1 Profil Responden 34
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 34
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 35
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi 35
4.2 Hasil Penelitian 36
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif 36
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas (X1) 37
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2) 37
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 38
4.3 Hasil Pengujian Kualitas Data 39
4.3.1 Analisis Pengujian Validitas Instrumen 39
4.3.2 Analisis Pengujian Reliabilitas Instrumen 40
4.3.3 Hasil Pengujian Asumsi Klasik 41
4.3.4 Hasil Pengujian Perngaruh 44
4.3.5 Pengujian Hipotesis Penelitian 46
4.3.6 Pembahasan Hasil Penelitian 48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 51
5.1 Simpulan 51
5.2 Saran 51
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
Lampiran 1. Pendukung Penelitian
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram 42
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram Normal P-P Plot 42

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 34
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 35
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi 36
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Statistik Deskriptif 36
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Fasilitas 37
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan ... 37
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan 38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X1) 39
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)..... 40
Tabel 4.11 Hasil UJi Validitas Kepuasan Pelanggan..... 40
Tabel 4.12 Indeks Koefisien Reliabilitas..... 41
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas..... 41
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov 43
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas..... 43
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 44
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 45
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 46
Tabel 4.19 Hasil Uji t 47
Tabel 4.20 Hasil Uji F 48

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1*Sample slovin* 25
Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product Moment 28
Rumus 3.3 Metode *Alpha Cronbach*..... 28
Rumus 3.4 Analisis regresi linier berganda..... 30
Rumus 3.5 Fhitung..... 32
Rumus 4.1 Persamaan Regresi Linear Berganda..... 45

UPB

Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di bidang bisnis sekarang ini terdapat pesaing yang tergolong sangat ketat dan akan berubah terus dengan mengikuti perubahan teknologi. Dengan adanya teknologi yang canggih sekarang ini akan memudahkan pelanggan untuk mencari berita yang sulit dicari tentang produk dan jasa yang ada di pasaran. Penjual atau produsen juga harus dapat mencukupi kebutuhan dan kemauan pelanggannya dalam segi fasilitas dengan upaya memberikan pelayanan yang baik secara maksimal. Pada dasarnya rasa puas yang terdapat pada pelanggan akan membuat loyalitas dari pelanggan dapat terjaga.

Setiap perusahaan diharapkan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dalam hal memberikan kualitas jasa dan produk untuk dapat memberikan kepuasan pelanggan secara maksimal. Kepuasan pelanggan dinyatakan jika kelengkapan perilaku yang ditunjukkan pelanggan atas jasa dan barang setelah pelanggan memakainya menurut (Erpurin, 2019: 183) Tingkat kepuasan dari pelanggan dapat diukur dari seberapa banyak harapan pelanggan terhadap kinerja jasa dan barang dalam mencukupi kebutuhan pelanggan. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang saat mendapatkan hasil jasa dan barang yang sesuai dengan ekspektasinya dan akan menyebabkan pelanggan merasa tidak puas jika mendapatkan barang yang tidak sama dengan ekspektasinya dan mengakibatkan pelanggan cenderung tidak memakai lagi jasa dan produk dan jasa tersebut. Menurut (Erpurin, 2019: 183) kepuasan pelanggan merupakan perasa

kekecewaan dan kepuasan yang timbul oleh seseorang sesudah melakukan pertimbangan hasil yang dibandingkan dengan hasil yang dimaksud.

Fasilitas merupakan bagian yang perlu untuk diperhatikan dalam bidang usaha jasa karena berkaitan dengan apa yang dirasakan pelanggan. pelanggan menilai dari hal yang telah pelanggan terima setelah pelanggan menerima jasa yang ditawarkan. Pelanggan cenderung melihat fakta-fakta yang ada sebagai bukti dari kualitas jasa yang ditawarkan. Fasilitas berkaitan erat dalam pembentukan persepsi pelanggan dengan perusahaan diharapkan dapat mempertahankan eksistensinya dan bisa mengalahkan pesaingnya. Pelanggan akan merasa tertarik dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan bila perusahaan tersebut mempunyai fasilitas yang baik dari pesaing lainnya. Menurut (Meftahudin, 2018: 283) bertambah sempurnanya fasilitas yang tersedia di suatu perusahaan, akan membuat pelanggan lebih berminat dan langsung memutuskan perusahaan itu untuk menjadi pilihan utama berdasar pada persepsinya mengenai fasilitas yang disediakan.

Tidak hanya dalam segi fasilitas yang penting, namun pelayanan yang berkualitas juga penting dan harus diperhatikan dalam usaha. Kualitas pelayanan jasa dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa juga memiliki ikatan yang kuat dengan perusahaan. Masalah pelayanan sesungguhnya bukan perkara yang susah, namun jika tidak diperhatikan maka dapat menyebabkan situasi menjadi terancam dikarenakan sifatnya yang sangat rentan. struktur pelayanan yang harus didukung oleh kualitas dan fasilitas yang memadai menurut (Wasiman, 2017: 122).

Usaha perhotelan yaitu perusahaan jasa yang memadukan antara layanan dan produk. Makanan, minuman, struktur bangunan dan interior serta eksterior kamar hotel beserta seluruh fasilitas merupakan contoh produk yang dijual. Terkai dengan hal tersebut, salah satu perusahaan yang ada di bidang perhotelan ialah Evitel Hotel. Evitel hotel beroperasi sejak tahun 2017, Evitel Hotel merupakan hotel yang berbintang tiga yang berlokasi di Jl. Tengku Umar. Salah satu visi dari Evitel Hotel ialah menjadikan hotel yang memiliki kualitas yang unggul dan berkelas dalam pelayanan yang profesional dan lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan dan misi dari Evitel hotel yaitu menyediakan keperluan yang diminati oleh pelanggan dan memenuhi permintaan pelanggannya.

Selain harus mampu bersaing dengan perusahaan lain, setiap perusahaan juga harus berusaha untuk memberikan rasa puas untuk pelanggannya dengan maksimal. Jika pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang diharapkannya pelanggan bisa saja melakukan komplain atau keluhan. Terdapat komplain secara langsung dari pelanggan di resepsionis di saat *check out* bukan hanya komplain secara langsung yang diterima, namun perusahaan juga mendapatkan beberapa komplain melalui situs website *travel* seperti *booking, traveloka* dan agoda. Dalam hasil observasi, peneliti melihat bahwa kepuasan pelanggan pada Evitel Hotel tegolong rendah, dan tingkat keluhan pelanggan terhadap hotel yang sekarang ini masih tinggi. Pelanggan memberikan keluhan atas kurangnya pelayanan terhadap pelanggan dan keluhan atas fasilitas yang kurang baik.

Berikut data yang akan di dapatkan dari perusahaan mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan seperti berikut:

Tabel 1.1

Tingkat kepuasan pelanggan Evitel Hotel Batam Tahun 2019

Bulan	Jumlah Konsumen	Tingkat Kepuasan					
		Puas	%	Cukup	%	Kurang Puas	%
Januari	368	168	45.78	56	15.26	143	38.96
Febuari	380	189	49.87	58	15.30	132	34.83
Maret	271	128	47.58	47	17.47	94	34.94
April	287	139	48.43	45	15.68	103	35.89
Mei	308	143	46.58	53	17.26	111	36.16
Juni	387	179	46.75	61	15.76	147	37.98
Juli	342	156	45.75	52	15.25	133	39.00
Agustus	257	117	45.70	38	14.84	101	39.45
September	280	124	44.44	43	15.41	112	40.14
Oktober	319	139	43.57	48	15.05	132	41.38
November	344	147	42.86	45	13.12	151	44.02
Desember	490	204	41.72	56	11.45	229	46.93
Total	**4033**						
Rata-rata	**336.08**						

Sumber: Evitel Hotel Batam, 2019

Terlihat bahwa pada tabel 1.1, rata-rata pelanggan tiap bulannya ialah 336 pelanggan. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapat dikatakan tergolong rendah, dikarenakan tingkat presentase dalam kolom kurang puas tergolong tinggi. Dimulai pada bulan febuari 2019 yang terjadi penurunan presentase pada tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat ketidakpuasan pelanggan meningkat dari bulan febuari sampai ke bulan seterusnya. Keluhan pertama, AC di dalam kamar tidak berfungsi dengan baik. Keluhan kedua, yang ditemukan adanya kutu kasur dan beberapa adanya kecoak kecil di kamar hotel. keluhan ketiga, seperti lampu redup atau kurangnya pencahayaan di kamar hotel sehingga pelanggan merasa tidak nyaman. Keluhan keempat, mengeluh terdapat adanya noda kuning di sprei sehingga kelihatan tidak bersih. Keluhan kelima, air pada *shower* kamar mandi tidak berfungsi dengan baik seperti tidak mengeluarkan

air panas. Hal ini berdampak pada kepuasan pelanggan dan mempengaruhi jumlah pengunjung hotel. Jika tidak diperbaiki dan semakin banyak pelanggan yang komplain dan membicarakannya ke orang lain akan dapat mempengaruhi calon pelanggan hotel berpikir dua kali untuk memesan kamar di Evitel Hotel.

Selain di fasilitas, kualitas pelayanan juga mendapatkan keluhan *negative* dari pelanggan yang telah berkunjung di Evitel Hotel. Keluhan mengenai pelayanan seperti pelanggan harus mengulang permintaan beberapa kali dan mengeluh bahwa karyawan menghiraukan permintaan yang telah disampaikan. Kemudian terdapat seperti kamar hotel yang belum siap dibersihkan di saat yang seharusnya kamar tersebut harus dibersihkan sebelum pelanggan *check in* ke kamar tersebut yang membuat pelanggan menunggu untuk beberapa saat. Kemudian terdapat beberapa keluhan bahwa resepsionis tidak cepat tanggap saat pelanggan menelepon yang seharusnya ditanggapi dengan cepat dan sopan.

Tabel 1.2

Okupansi Hotel tahun 2017-2019

Tahun	**2017**	**2018**	**2019**
Januari	1547	1331	1216
Februari	1251	1316	1188
Maret	1161	1094	1066
April	1018	1161	1075
Mei	1215	1109	1130
Juni	1376	1214	1224
Juli	1523	1416	1371
Agustus	1422	1364	1293
September	1384	1317	1214
Oktober	1299	1381	1235
November	1392	1286	1247
Desember	1560	1444	1321
Total	16148	15432	14580

Sumber : Evitel Hotel Batam, 2019

Berdasar pada kasus diatas, terdata adanya fluktuasi jumlah pelanggan yang berkunjung di Evitel Hotel. Dalam periode tahun 2017-2019 total keseluruhan penghuni hotel tidak meningkat, pada tahun 2017 dapat dilihat jumlah okupansi sejumlah 16148, di tahun selanjutnya 2018 okupansinya sejumlah 15432 dan di tahun 2019 terlihat juga bahwa okupansi hotel sejumlah 14580. Dari tabel yang kita lihat bahwa hunian 2017 lebih banyak dan tahun kedepannya mengalami penurunan. Berdasar pada penjelasan di tabel tersebut menyatakan penulis berminat untuk mengadakan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Evitel Hotel di Kota Batam."**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar pada latar belakang diatas bahwa dapat di identifikasi masalah didalam penelitian ini yaitu :

1. Adanya keluhan dari pelanggan mengenai beberapa masalah fasilitas kamar hotel.
2. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan seperti staf yang kurang ramah.
3. Terjadi penurunan okupansi hotel dari tahun 2017-2019.

1.3 Batasan Masalah

Guna memudahkan terlaksananya tujuan penelitian, kemudian karena terbatasnya waktu penelitian, teori serta agar penelitian bisa dilaksanakan dengan lebih mendalam, maka penulis membatasi dan berfokus dipermasalahan yang terkait fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Evitel Hotel

Kota Batam. Didalam penelitian ini dilakukan kepada pelanggan yang berkunjung pada tahun 2020.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian penjelasan dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka didapati perumusan masalah dipenelitian ini yaitu:

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

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai uraian perumusan diatas, maka pada penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu :

1. Guna mengerti adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Evitel Hotel di Kota Batam.
2. Guna mengerti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Evitel Hotel di Kota Batam.
3. Guna mengerti adanya pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Evitel Hotel di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah :

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini di harapkan menjadi bukti bagi peneliti berikutnya terkait hubungan antar fasilitas dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Evitel Hotel di Kota Batam.

1.6.2 Manfaat penelitian Teoritis

1. Bagi Penulis

   Meningkatkan pemahaman yang lebih tentang bidang jasa terutama tentang fasilitas dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya pada kepuasan pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

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

3. Bagi Pembaca

   Diharapkan pembaca yang membaca penelitian ini bermanfaat untuk menjadikannya referensi.

UPB

Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Fasilitas

2.1.1.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Ketika semakin banyak fasilitas yang ditawarkan dan fasilitas tersebut memang dibutuhkan konsumen, maka hal tersebut bisa menjadi salah satu faktor timbulnya rasa kepuasan pelanggan (Akbarezky & Santoso, 2019: 271). Fasilitas bagian yang menjadikan pelanggan merasa nyaman, karena terdapat fasilitas yang komplet di area penginapan tersebut membuat para tamu merasa puas ketika mengunjungi tempat penginapan tersebut sebab fasilitasnya yang komplet (Santoso & Nadapdap, 2019: 140).

Sarana yang disediakan oleh hotel merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal atau menyewa di suatu hotel tertentu. Fasilitas ialah menyediakan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan berbagai kegiatan sehingga keperluan pelanggan terpenuhi selama menempati hotel (Annishia & Prastiyo, 2019: 22). Fasilitas ialah tempat yang bermanfaat di saat memfasilitasi kelancaran yang dilakukan perhotelan. Semakin sempurna fasilitas yang ada didalam hotel tersebut maka pelanggan akan merasa lebih puas (Gunartik & Nainggolan, 2019: 31).

Dari beberapa definisi yang ada sudah dikemukakan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulannya bahwa fasilitas merupakan bentuk informasi yang dibuat oleh perusahaan dimana bertujuan guna memberitahukan kepada pelanggan apa keunggulan jasa dan produk yang dipasarkan agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan pengertian di atas, maka disimpulkan fasilitas adalah bukti fisik yang dimiliki pada perushaan dan ditawarkan kepada pelanggan dan juga sebagai faktor utama bagi pelanggan untuk menentukan pilihan.

2.1.1.2 Faktor-faktor Fasilitas

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

1. Tujuan kualitas dan organisasi
2. Kebutuhan tempat/ruang ketersediaan tanah
3. Volume permintaan berfluktuasi apabila fleksible desain sangat dibutuhkan dan resiko keuangan relatif besar jika cepat berkembangnya spesifikasi jasa.
4. Estetis bisa meningkatan positifnya sikap pelanggan terhadap jasa jika adanya faktor fasilitas jasa yang menarik dan tertera rapi.
5. Fasilitas jasa di sekitar lingkungan dan masyarakat berperan penting dan memberikan pengaruh tinggi kepada perusahaan,

2.1.1.3 Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas di dalam perusahaan hotel mencakup (Annishia & Prastiyo, 2019: 23):

1. Fasilitas tempat tidur dengan perlengkapan yang lengkap.

2. Fasilitas Restoran beserta pendukungnya.
3. Tersedia fasilitas olahraga dan hiburan di hotel.
4. Tersedia ruang untuk acara tertentu (*Ballroom*).
5. Tersedia adanya tempat parkir kendaraan untuk pengunjung.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan harus memberikan pelayanan yang sempurna untuk memenuhi harapan dan kebutuhannya pelanggan, dengan berbagai definisi yang dapat dikatakan kualitas pelayanan ialah kinerja yang diberikan kepada pelanggan untuk dipenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Nurcahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017: 24). Kualitas pelayanan ialah suatu keseharusan keperluan yang menyertakan dengan kehendak pelanggan beserta keakuratan upaya penyampaiannya supaya tercapainya harapan dan kepuasan pelanggan tersebut (Kasum & Sularto, 2017). Kualitas pelayanan berbentuk dalam memenuhi keinginan pelanggan dan penyampaian dalam keseimbangan keinginan pelanggan (Hendrianto, Natalisa, & Eka, 2018: 177).

Kualitas pelayanan ialah rangkaian bentuk sempurna dari dalam produksi atau pelayanan yang memberikan kemampuan dalam memenuhi keinginan masyarakat (Hendrianto, Natalisa & Eka, 2018: 177). Suatu penilaian pelanggan atas kualitas pelayanan yang didapatkan melalui tahap pelayanan yang diminati. Dampak yang menguntungkan bagi pelayanan yang ramah akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan dengan berkeinginan untuk daatang berkunjung lagi (Putra, Sumowo, & Anwar, 2017: 101).

Kualitas pelayanan merupakan proses pengimplementasian strategi untuk mewujudkan visi dengan bertahap dan secara terstruktur yang menghubungkan seluruh manajer dan pekerja (Yunaida, 2018: 63). Pelayanan menjadi langkah yang bisa dihubungkan satu sisi ke sisi lainnya, yang pada awalnya tanpa memiliki kepemilikan apapun dan tidak berwujud (Sutrisno, Cahyono, & Qomariah, 2017: 163). Melalui berbagai penjelasan yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pelayanan suatu jasa yang diperoleh oleh konsumen, dimana perusahaan jasa, suatu pelayanan itu merupakan nilai yang dijual bagi konsumen yang telah melakukan pembelajaan produk yang di tawarkan berupa tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dari kinerja pelyanan yang diterima dari penyediaan jasa.

2.1.2.2 Faktor Kualitas Pelayanan

Faktor penting yang memengaruhi kualitas pelayanan (Putra, Sumowo & Anwar, 2017: 107) yakni:

1. Harapan pelanggan (*expectation*), ialah pemikiran atau keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterimanya. Dalam mengevaluasi suatu produk, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan atau standar. Oleh karena itu, harapan pelangganlah yang menjadi dasar mengapa dua perusahaan dalam berbisnis yang sama bisa memperoleh nilai yang berbeda dari pelanggannya.

2. Yang dirasakan pelanggan (*performance*), ialah hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan.

2.1.2.3 Indikator kualitas pelayanan

Guna mengevaluasi kualitas pelayanan, terdapat lima indikator yang dipakai oleh pelanggan, yaitu (Prianggoro & Sitio, 2019: 53):

1. Jaminan (*assurance*), ialah kekuatan dari pelanggan serta jaminan dari masalah dan memiliki sikap bisa dipercaya.
2. Keandalan (*reliability*), ialah kemauan untuk menyediakan layanan yang sudah direncanakan dengan cepat dan memberikan keputusan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), ialah keinginan dari pelanggan supaya bisa memberi layanan yang membantu pelanggan.
4. Bukti langsung (*tangible*), yang melingkupi fasilitas fisik, dan kelengkapan serta berbagai sarana komunikasi.
5. Empati (*emphaty*), ialah tanpa adanya kesusahan didalam menjalani hubungan komunikasi.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan yakni perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannnya terhadap hasil suatu produk dan jasa serta kesesuaiannya dengan harapannya (Mardizal, Utami & Amaluis 2017: 128). Pada saat menyampaikan kepuasan kepada pelanggan maka disarankan mempertimbangkan sebelumnya kemauan dan kebutuhan pelanggan di

saat sekarang dan seterusnya. Kepuasan pelanggan saat ini ialah suatu konsep yang sangat penting bagi pangsa pasar (Hammoud, Bizri, & El Baba, 2018: 2).

Kepuasan pelanggan yaitu perpaduan antara layanan dan oleh pelanggan dengan berharap bahwa layanan atau hasil yang diterima benar atas keinginan yang diharapkan pelanggan (Nurcahyo, Fitriyani & Hudda, 2017: 24). Seseorang akan merasakan suka atas apa yang diberikan produk jasa, sangat besar potensinya untuk pelanggan berlangganan dalam jangka waktu yang berjangka panjang (Sutrisno, Cahyono & Qomariah, 2017: 164).

Dari pengertian yang ada diatas maka diambil kesimpulan tentang kepuasan pelanggan dimana, kepuasan pelanggan ialah pandnagan atau pemikiran tentang produk atau layanan yang dirasakan selama pengguna tolah ukur dalam hal ini dilihat dari sebegrapa besar harapan pelanggan dipenuhi. Harapan pelanggan yang tidak terpenuhi akan memberikan hasil puas, gembira, dan menjadikan pondasi untuk mencapai adanya kesetiaan pada produk atau jasa.

2.1.3.2 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Ada lima faktor yang perlu di perhatikan oleh perusahaan (Prianggoro & Sitio, 2020: 55) :

1. Harga, yaitu harga yang relatif tidak mahal dengan produk yang memilki kualitas sama akan mendapatkan nilai yang lebih terhadap pelanggan.
2. Kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang baik, menciptakan rasa puas dan diterima baik dengan memberikan rasa puas pelanggan.
3. Kualitas produk, yaitu pelanggan merasa senang sesudah memesan dan memakai produk tersebut jika produk berkualitas bagus.

4. Emosi, yaitu yang ditunjukan oleh pelanggan atas kepuasan yang mereka peroleh dalam menggunakan pelayanan yang menimbulkan rasa bangga dan percaya diri.
5. Biaya, yaitu tidak memerlukan biaya tambahan yang dikeluarkan oleh pelanggan dan tidak memakan waktu yang banyak serta pelanggan merasa puas dan nyaman dalam mendapatkan layanan yang baik.

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan ada 4 (Munawir, 2018: 210) yakni:

1. Lebih memperhatikan pelanggan yang mempunyai keluhan terhadap perusahaan.
2. Cepat tanggap saat mengerjakan suatu pekerjaan yang diminta oleh pelanggan supaya pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama.
3. Harus mampu dalam mendiagnosis hal yang ingin dilakukan dan sebelum pelanggan sudah merasa tidak nyaman dan cepat dalam menyelesaikannya.
4. Memberikan pelayanan yang baik dan sopan kepada pelanggan supaya pelanggan akan terus untuk menggunakan jasa yang kami berikan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Studi pendahuluan ini disajikan sebagai referensi dan diajukan untuk penelitian, yaitu:

1. Penelitian yang dibuat oleh (Gofur, 2019) yakni pengaruh kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan pelanggan. Penelitian (Gofur, 2019) mempergunakan *multiple regression method,* yang hasilnya menunjukan

bahwa kualitas pelayanan dan harga berdampak *positive* pada kepuasan pelanggan.

2. Penelitian yang dibuat oleh (Saputra & Ahmadun, 2018) yakni pengaruh promosi dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan PT. Bigly Multi Buana. Penelitian (Saputra & Ahmadun, 2018) mempergunakan *multiple regression method,* yang hasilnya menunjukan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara bersama berdampak penting pada kepuasan pelanggan.
3. Penelitian yang dibuat oleh (Anisa & Rushadiyati, 2018) yakni pengaruh kualitas pelayanan dan saluran distribusi pada agen Sancu Creative Indonesia. Penelitian (Anisa & Rushadiyati, 2018) mempergunakan *multiple regression method,* yang hasilnya menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan saluran distribusi berdampak pada kepuasan pelanggan.
4. Penelitian yang dibuat oleh (Lahuri, Sumarsono & Chamidah, 2019) yakni pengaruh kualitas pelayanan, exterior dan interior pada kepuasan konsumen Cafe Jiero Wedangan. (Lahuri, Sumarsono & Chamidah, 2019) menemukan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh *positive* dan *significant* pada kepuasan konsumen.
5. Penelitian yang dibuat oleh (Uran & Sugiarso, 2017) yakni pengaruh pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen CV. Muslim Parabola Cileungsi Bogor. (Uran & Sugiarso, 2017) menemukan bahwa bertambah tinggi angka kualitas pelayanan dan pemastian nilai jual

sinkron dengan pasar maka akan mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi.

6. Penelitian yang dibuat oleh (Nainggolan, 2018) yakni pengaruh kepuasan, kepercayan dan kemudahan pada loyalitas pelanggan PT. Great Season Tours and Travel kota batam. Penelitian (Nainggolan, 2018) mempergunakan *multiple regression method,* yang hasilnya menunjukan bahwa kepuasan, kepercayaan dan pengurangan pilihan, serta kebiasan secara *significant* mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitiannya juga menemukan bahwa kepuasan, kepercayaan dan pengurangan pilihan, serta kepercayaan secara bersama berdampak pada loyalitas pelanggan.
7. Penelitian yang dibuat oleh (Nurcahyo, Fitriani & Hudda, 2017) yakni *The influence of facility and service quality towords customers satisfacation and its impact on customer loyalty in Borobudur Hotel In Jakarta.* Penelitian (Nurcahyo, Fitriani & Hudda, 2017) mempergunakan *path analysis,* yang hasilnya menunjukan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama dan *significant* mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

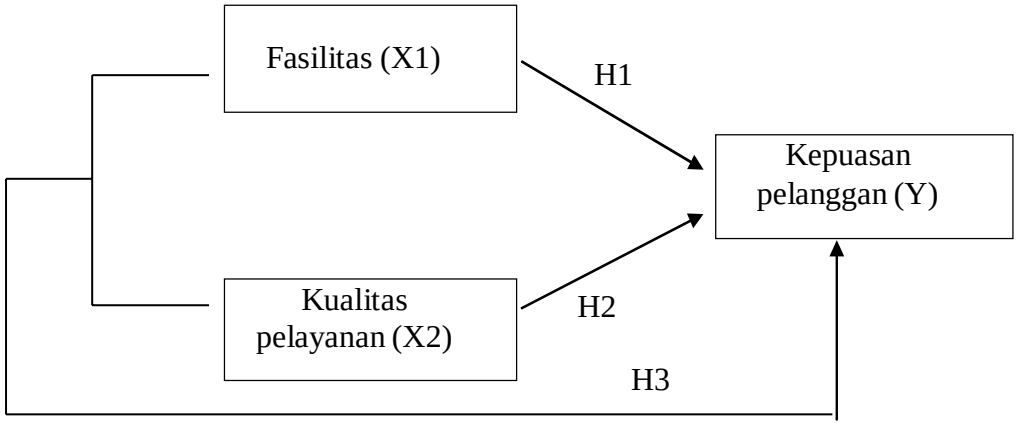
No	Nama Penelitian	Judul	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Gofur, 2019)	pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan	*multiple regression*	kualitas pelayanan dan harga berdampak meyakinkan dan penting terhadap kepuasan pelanggan.
2.	(Saputra & Ahmadun, 2018)	pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bigly Multi Buana	*multiple regression*	promosi dan kualitas pelayanan secara bersama berdampak penting pada kepuasan pelanggan.
3.	(Anisa & Rushadiyati, 2018)	pengaruh kualitas pelayanan da n saluran distribusi terhadap agen Sancu Creative Indonesia	*multiple regression*	kualitas pelayanan dan saluran distribusi berdampak pada kepuasan pelanggan.

4.	(Lahuri, Sumarsono & Chamidah, 2019)	pengaruh kualitas pelayanan, exterior dan interior terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Jiero Wedangan	*multiple regression*	secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh *positive* dan *significant* pada kepuasan konsumen.
5.	(Uran & Sugiarso, 2017)	pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Muslim Parabola Cileungsi Bogor	*multiple regression*	bertambah tinggi angka kualitas pelayanan dan pemastian nilai jual sinkron dengan pasar maka akan mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi.
6,	(Nainggolan, 2018)	pengaruh kepuasan, kepercayan dan kemudahan terhadap loyalitas pelanggan PT. Great Season Tours and travel di kota batam	*multiple regression*	kepuasan, kepercayaan dan pengurangan pilihan, serta kepercayaan secara bersama berdampak pada loyalitas pelanggan.
7.	(Nurcahyo, Fitriyani & Hudda, 2017)	*The influence of facility and service quality towords customer satisfacation and its impact on customers loyalty in Borobudur Hotel In Jakarta*	*path analysis*	fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama dan significant mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Sumber: Penelitian, 2020

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasar pada penjelasan di landasan teori dan latar belakang masalah terkait pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan, maka dapat dilihat bahwa kerangka pemikiran dibuat sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Setelah ditentukannya kerangka berpikir yang ada, perumusan hipotesanya yakni :

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

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

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

UPB

Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Design dalam penelitian merupakan merencanakan cara meghimpunkan data serta menguraikan data agar bisa meneliti scara keserasisan beserta ekonomis. Dalam memilih metode tipe kuantitatif. Penulis menggunakan cara kuantitatif deskriptif untuk mengerjakan data-data yang sudah dikumpulkan dan penulis menganalisis mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Evitel Hotel Kota Batam. Pengukuran tersebut disusun pada daftar petanyaan atau memakai skala likert (Nasution, 2016: 23).

3.2 Definisi Operasional

Variable penelitian disebut makna yang sudah dipilih dari peneliti untuk mendapatkan data informasi dan bisa dipelajari, lalu mencari kesimpulan tersebut. Dengan cara penelitian ini penulis memakai 2 *variable* yakni *dependent variable* dan *independent variable* (Sugiyono, 2017: 3)

3.2.1 Independent variable

Variabel bebas biasanya dinamakan dengan variabel preikator, stimulus. Dalam pemakaian bahasa indonesia biasanya dikatakan variabel bebas. Variabel bebas disebut variabel terjadi atau dapat mepengaruhi dikarenakan adanya variabel muncul terikat atau adanya perubahan (Sugiyono, 2017: 4).

Di setiap tempat penginapan atau hotel pasti mempunyai beberapa indikator yang berbeda untuk memeberikan fasilitas untuk pelanggan. Indikator fasilitas di perushaan perhotelan ialah (Annishia & Prastiyo, 2019: 23):

1. Fasilitas kamar tidur dengan perlengkapan yang lengkap.
2. Fasilitas Restoran beserta pendukungnya.
3. Tersedia fasilitas olahraga dan hiburan di hotel.
4. Tersedia ruang untuk acara tertentu (*Ballroom*).
5. Tersedia adanya tempat parkir kendaraan untuk pelanggan.

Guna mengevaluasi kualitas pelayanan, terdapat lima indikator yang dipakai oleh pelanggan, yaitu (Prianggoro & Sitio, 2020):

1. Jaminan (*assurance*), ialah kekuatan dari pelanggan serta jaminan dari masalah dan memiliki sikap bisa dipercaya.
2. Keandalan (*reliability*), ialah kemauan untuk menyediakan layanan yang sudah direncanakan dengan cepat dan memberikan keputusan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), ialah keinginan dari pelanggan untuk bisa memberi layanan yang membantu pelanggan.
4. Bukti langsung (*tangible*), yang mencakup fasilitas fisik, karyawan dan perlengkapan serta berbagai fasilitas komunikasi.
5. Empati (*emphaty*), ialah tanpa adanya kesusahan didalam menjalani hubungan komunikasi.

3.2.2 Dependent variable

Dependent variable biasanya juga dibilang sebagai variabel konsekuen, kriteria dan output. *Dependent variable* biasanya dikatakan variabel terikat yang berarti *dependent variable* terjadi atau mempengaruhi karena adanya kemunculan variabel bebas (Sugiyono, 2017: 4).

Indikator kepuasan pelanggan terdapat empat, ialah (Munawir, 2018: 210):

1. Lebih memperhatikan pelanggan yang mempunyai keluhan.
2. Tidak menunda tugas saat pelanggan menginginkan sesuatu supaya tidak membuat pelanggan menunggu lama.
3. Harus mampu dalam mendiagnosis hal yang ingin dilakukan dan cepat dalam menyelesaikannya.
4. Penyediaan pelayanan yang baik.

Tabel 3.1 Definisi Operasional *Variable*

Variable	**Definisi *Variable***	**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 (*responsivenes*)	Likert

Kepuasan Pelangga n (Y)	Kepuasan pelanggan ialah 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 dan harapan pelanggan supaya bisa tetap memakai jasa 2. Keinginan pelanggan untuk menyarankan kepada orang lain 3. Puas dengan kualitas layanan yang disediakan.	Likert

Sumber: Penelitian, 2020

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yang berarti generalisasi meliputi subyek dan obyek dengan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari lalu menyimpulkannya (Sugiyono, 2017: 61). Populasi pada penelitian Evitel Hotel sejumlah 14.580 yang diambil dari total jumlah pelanggan pada tahun 2019. Yang diambil dari total jumlah pelanggan tahun 2019.

3.3.2 Sampel

Sample ialah besaran di dalam karakteristik ciri dan populasi. Apabila populasinya besar, maka peneliti tidak mampu mencermati seluruh bagian populasi dikarenakan waktu yang terbatas, energi dan dana. Jadi peneliti bisa memakai *sample* yang merupakan bagian dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017: 62). Metode pengambilan *sample* dipenelitian ini ialah *nonprobability sampling*, serta peneliti menggunakan metode *convenience sampling.* (Sugiyono, 2017: 67) berpendapat bahwa *convenience sampling* ialah teknik penentu *sample* berdasar

pada kebetulan, yaitu siapa saja yang cocok dengan sumber data dan kebetulan ditemui peneliti. Peneliti dalam menentukan besarnya *sample* memakai rumus slovin. Slovin memasukkan unsur toleransi kesalahan pengambilan *sample* karena ketidaktelitian. Dalam persentase terhadap nilai toleransi, misalnya 10%. Rumus slovin yakni:

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

Rumus 3.1 *Sample slovin*

Sumber: (Tumiwa, Tewal & Palandang, 2017: 38)

Keterangan

N : Jumlah *sample*

N : Jumlah elemen/anggota populasi

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

Jadi, perhitungannya sebagai berikut:

n = 14580 / (1 + (14580 x $0,1^2$))

n = 14580 / (1 + (14580 x 0,01))

n = 14580 / (1 + 145.8)

n = 14580 / 146.8

n = 99.32

Berdasar pada perhitungan tersebut, diperoleh jumlah *sample* 99.32 yang dibulatkan menjadi 100 orang responden pelanggan Evitel Hotel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua kelompok didalam klarifikasi data (Sugiarto, 2017: 205) yakni:

1. Data primer

   Data primer ialah data dengan objek tertentu yang biasanya berasal dari pengamatan atau dari quesioner.

2. Data sekunder

   Data sekunder ialah sumber yang memberikan data melalui dokumen yang sudah melalui proses penerbitan maupun yang belum diterbitkan kepada publik.

Dalam penelitian secara spesifik kuesioner (angket) dijadikan sebagai teknik pengumpulan data yang dipilih peneliti. Kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan jawaban dari responden melalui pemberian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang di ukur dengan *likert scale* guna memperoleh data dari quesioner.

Skala ini mengukur persepsi respondend berdasar pada tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan. Skala yang di kembangkan oleh Likert ini umumnya mempunya lima kelompok peringkat yakni dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju (Purwanto, Sulistyastuti, 2017: 63).

3.5 Metode Analisis Data

Kuantitatif ialah untuk menguji hipotesis dalam rumus proposal dan menjawab masalah data dengan terarah dan jelas dalam teknik analisis untuk penelitian kuantitatif, dan diperoleh dat asumber yang berbeda memanfaatkan

teknik pengumpulan data atau triangulasi yang berbeda dan diimplementasikan secara berkelanjutan (Sugiyono, 2017: 243).

3.5.1 Analisis Desktiptif

Untuk menganalisis data dalam metode yang digunakan oleh peneliti pada analisis *descriptive statistic*. (Sugiyono, 2017: 29) mengungkapkan *descriptive statistic* ialah statistik yang merupakan gambaran dan memeriksa informasi *sample* 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

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 77) berpendapat bahwa uji validitas dilaksanakan guna menguji validitas barang tersebut dengan memakai aplikasi *software* SPSS. Dalam metode ini, Pe*arson Product Moment* akan digunakan. Didalam pengujian penelitian ini, tiap elemen harus diuji karena berhubungan sama hasil keseluruhan dari *variable* yang dimaksudkan, supaya lebih tepat dalam penelitian ini, elemen tersebut harus memiliki hubungan sama hasil keseluruhannya dari *variable* masing-masing ≥ 0,25. Item yang mempunyai r hitung tidak lebih dari 0,25 harus dihilangkan dikarenakan pengukuran yang digunakan tidak sesuai dengan yang di maksud dalam jumlah skala dan seterusnya, sehingga tidak berpatisipasi untuk satu pengukuran.

Dalam pengujian validitas memakai teknik *Pearson Product Moment* yakni:

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

Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product Moment

Sumber: (Widodo, 2017: 209)

Keterangan:

r : Korelasi Koefisien

i : Skor Item

n : total *Sample*

x : Hasil dari seluruh x

3.5.2.2 Uji Reabilitas

Apabila nilai alpha melebihi 0,7 berarti reliabilitasnya cukup, sementara nilai alpha > 0,80 menjelaskan bahwa seluruh item dapat diandalkan dari seluruh uji segala internal akibat mereka mempunyai kecakapan yang bagus. Angka pada masing-masing item perlu ≥ 0,40 yang memveritifikasi bahwa dapat dikatakan mempunyai keunggulan internal yang koefisien. Item dengan koefisien korelasi < 0,40 perlu dikeluarkan maka uji reliabilitasitem akan diulang dengan tidak dapat diandalkan yang tidak termasuk item. Hal yang dilakukan koefisien reliabilitas masing-masing item tidak lebih kecil.

Menurut (Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 79) Uji reabilitas akan menggunakan *Alpha Cronbach Method*. Rumus *Alpha Cronbach* yakni:

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

Rumus 3.3 Metode *Alpha Cronbach*

Sumber: (Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 79)

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas

k = Total item pertanyaan yang diuji

S2i = Item pada jumlah varian

S2x = Total seluruh varian

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

(Widodo, 2017: 110) berpendapat bahwa uji asumsi dipakai guna uji statistik inferensial dan dipakai khusus untuk parametik, yang mengartikan bahwa peneliti tidak perlu memakai uji asumsi klasik bila pada penelitian tidak menggunakan rumus statistik.

3.5.2.3 Uji Normalitas

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 57) berpendapat bahwa data uji normalitas yang dikumpulkan dalam populasi harus secara berdistribusi normal. Menguji metode klasik dengan normalitas data yang tidak begitu susah. Bersumber pada pengetahuan ekspermental dapat diartikan bahwa sebagian pakar statistik data dengan kurang dari 30 digit (n > 30), dapat dikatakan data memiliki distribusi normal biasa disebut dengan *sample* besar. Uji normalitas ini bisa memakai *Kolgomorov-smirnov, Chi square,* serta *Histogram Regression Resudual* bersifat standart.

3.5.2.4 Uji Multikolinearitas

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 61) bependapat bahwa fungsi dari uji multikolinearitas ialah proses menelaah apakah ada hubungan kolerasi antar *independent variable* didalam suatu *regression model*. Nilai kolerasi tersebut harus bernilai *positive* tetapi juga sesuai dengan nilai minimum yang sudah ada.Metode VIF dan Tolerance bertujuan untuk mengetahui indikasi multikolinearitas. Kriteria yang dijadikan pedoman yaitu VIF < 10, maka bias disebut tidak ada indikasi multikolinearitas pada *independent variable*nya. Lebih lanjut, bila tolerance > 0.1, maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.2.5 Uji Heteroskedastisitas

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 63) berpendapat bahwa heteroskedastisitas disebut versi dalam ketidaksetaraan dari model regresi dalam semua pencatatan. Uji heteroskedastisitas melakukan dengan mengembalikan *independent variable* dalam versi dengan nilai reisdu.

3.5.3 Uji pengaruh

3.5.3.1 3Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Priyastama, 2017: 154) analisa *multiple regression* ialah studi untuk mengatahui seberapa banyak akibat pertengahan antar dua hingga lebih *independent variable* terhadap *dependent variable* dan estimasi *dependent variable* memanfaatkan *independent variable. Multiple regression* dirumuskan sebagai berikut:

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

Rumus 3.4 Analisis regresi linier berganda

Sumber: (Sujarweni, 2016: 108)

Keterangan

Y = *Dependent variable*

a = Angka konstanta

b = Angka koefisien regresi

X1 = *Variable* bebas pertama

X2 = *Variable* bebas kedua

X3 = *Variable* bebas selanjutnya

3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi biasanya ditandai "R^2" pada pedoman pengukuran jumlah model pada dasarnya keahlian yang menggambarkan *dependent variable*. Oleh sebab itu, koefisien determinasi menilai presentase seluruh *independent variable* dalam versi regresi terhadap *dependent variable* (Purwanto & Sulisyastuti, 2017: 197)

3.6 Uji Hipotesis

Menurut ((Nasution, 2016: 39) hipotesis yaitu frase atau frase sementara sebagai tebakan mengenai hal yang dilihat dalam cara untuk memahaminya. Hipotesis dapat diturunkan dari teori, namun ada saat selisih yang sulit antara hipotesis dan teori. Terdapat persepsi jika dalam teori-teori teoritis terdapat tingkatan inflasi pada hipotesis. Awal dari konsep pada hipotesis yang harus diverifikasi. Dalam pengujian hipotesis memanfaatkan alat bantu "SPSS" versi 21.

3.6.1 Uji T (Parsial)

(Basuki & Prawoto, 2016: 52) berpendapat bahwa dilihat dari pentingnya akibat *independent variable* terhadap *dependent variable* ringkasan dapat dinilai pada kolom akhir dari nilai sig, bahwa nilai signifikasi dari *variable* penjualan ialah 0,000, yang artinya *variable* ini mempunyai dampak *significant* pada total laba. Nilai *significant variable* promosi < 0,05, jadi intinya ditolak H_o atau dengan penjualan dan promosi berpengaruh *significant* kepada total laba.

3.6.2 Uji F (Simultan)

Uji F dipakai agar mendapatkan secara simultan apakah ada pengaruh antara *independent variable* yakni fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) pada *dependent variable* yakni kepuasan pelanggan (Y).

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

Rumus 3.5 Fhitung

Sumber: (Widodo, 2017: 205)

Keterangan:

F = Fhitung berkonsultasi dengan flabel

R^2 = Penemuan korelasi parsial

N = Total *sample*

K = Jumlah *independent variable*

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 51) uji F didalam *multiple regression model* mempunyai tujuan yakni mengetahui pengaruh *independent variable* secara simultan. Kriteria pengujian, yaitu:

1. Bila nilai signifikasi ialah > 0,05, jadi kepuasan untuk menerima H_o atau *independent variable* sebagai hasil simultan tidak terpengaruh secara *significant* pada *dependent variable*.
2. Bila nilai *significant* ialah < 0,05 jadi keputusan untuk tolak H_o atau *dependent variable* sebagai hasil berpengaruh simultan *significant* pada *independent variable*.

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Untuk lokasi yang diteliti ini dilaksanakan di Evitel Hotel yang berlokasi JL. Tengku Umar No 1, Seraya, Batu Ampar. Penelitian dilakukan untuk mengetahui berapa banyak pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

KEGIATAN	September	Oktober	November	Desember	Januari
Penentuan Judul					
Pencarian Data Awal					
Penyusunan Penelitian					
Pembuatan Kuesioner					
Penyebaran Kuesioner					
Pengumpulan Kuesioner					
Pengolahan Data					
Penyelesaian Laporan					

Sumber: Peneliti (2020)