

**PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA HOTEL SAUDARA SYARIAH MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana strata satu (S-1)
Program Studi Bisnis dan Manajemen Syariah*

Oleh:

**NAZLIA
NPM. 1301280025**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

NAZLIA, NPM. 1301280025. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan , 2017. Skripsi. Fakultas Agama Islam Jurusan Bisnis dan Manajemen Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Masalah dari penelitian ini adalah kurangnya pemahaman karyawan akan fungsi dan tugas masing-masing yang menjadi pengaruh antara Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan. Sedangkan Kepuasan Konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan produk itu, maka posisi produk dan jasa itu akan baik di pasar. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Populasi dari penelitian ini adalah 20 orang Konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan angket. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana, dengan analisis uji asumsi , uji normalitas dengan bantuan SPSS for windows versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dapat dilihat dengan Uji t nilai $12.200 > 2.093$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_a ditolak. Berdasarkan uji Determinasi Nilai R Square 0,892 atau 89.2% menunjukkan sekitar 89.2% variabel Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Fasilitas (X). Sementara sisanya sebesar 10.8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kepuasan konsumen dan fasilitas

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL SAUDARA SYARIAH MEDAN”**.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Bapak Amaluddin dan Ibunda tersayang Efrida yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada putrinya ini dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita-citanya terutama dalam menjalankan kuliah dengan baik dan dapat memperoleh hasil yang terbaik.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si, selaku Ketua Program Studi Bisnis dan Manajemen Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Ibu Dr.Hj. Maya Sari SE.Ak.M.Si Selaku Pembimbing Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Iwan Sidamanik selaku *Manager* Hotel Saudara Syariah Medan.
7. Seluruh staff dan karyawan di Hotel Saudara Syariah Medan yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi dan nilai-nilai kebaikan lainnya.
8. Dan seluruh sahabat saya Vanny Hariani, Rina Anggriani, Desy Eka Fitri, Annita Arifti Harahap, Nina Aristi, Meyana Julaikan P., Juliana, Dila dan Bisnis Manajemen Syariah yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dan juga sahabat-sahabat lainnya.
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya sebagai penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca dan penulis khususnya. Kiranya Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua.

Medan, April 2017

NAZLIA
1301280025

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Definisi Pengertian Fasilitas.....	7
a) Pengertian Fasilitas.....	7
b) Strategi Fasilitas.....	9
c) Indikator – Indikator Fasilitas.....	10
2. Definisi Kepuasan Konsumen.....	11
a) Pengertian Kepuasan Konsumen.....	11
b) Metode Mengukur Kepuasan konsumen.....	13
c) Manfaat Kepuasan Konsumen.....	15
d) Indikator – Indikator Kepuasan konsumen.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Konseptual.....	19
D. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Pendekatan Penelitian.....	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Definisi Operasional.....	22

D. Sumber Data	24
E. Populasi dan Sempel	24
F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	25
G. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV Hasil dan Pembahasan	31
A. Hasil	31
a. Deskripsi Data.....	31
b. Karakteristik Identitas Responden	32
c. Analisis Data.....	33
a) Uji Kualitas Data	33
1) Uji Validitas	33
2) Uji Realibilitas.....	36
d. Analisis Variabel Penelitian.....	36
a) Uji Normalitas	42
b) Uji Regresi Sederhana.....	43
c) Uji Hipotesis	44
1) Uji Parsial t hitung (Uji t).....	44
2) Uji Determinasi	45
B. Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	viii
LAMPIRAN.....	x

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Pengunjung Di Hotel Saudara Syariah Medan.....	4
Tabel I.2	Kajian Terdahulu	17
Tabel III.3	Jadwal Kegiatan Penelitian	21
Tabel III.4	Kisi-kisi Angket	22
Tabel III. 3	Skala Pengukuran Model Skala Likert	24
Tabel IV. 1	Skala Likert	29
Table IV.2	Presentasi Jenis Kelamin Responden.....	30
Tabel IV.3	Presentasi Usia Responden	30
Tabel IV.4	Presentase pendidikan	31
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Variabel X (Fasilitas)	32
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)	33
Tabel IV.7	Hasil Uji Reabilitas Variabel X Dan Y.....	34
Tabel IV.8	Skor Angket Variabel X (Fasilitas)	34
Tabel IV.9	Skor Angket Variabel Y (Kepuasan Konsumen)	37
Tabel IV.10	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	42
Tabel IV.11	Hasil Uji T Hitung	43
Tabel IV.12	Hasil Uji Determinasi (R)	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	15
Gambar III. 2	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen	19
Gambar IV. 1	Hasil Uji Normalitas	40
Gambar IV. 2	Hasil Uji Normalitas	41

LAMPIRAN

- Lampiran 1** Hotel Saudara Syariah Medan
- Lampiran 2** Hasil Angket Variabel X (Fasilitas)
- Lampiran 3** Hasil Angket Variabel Y (Kepuasan Konsumen)
- Lampiran 4** Output SPSS Identitas Responden
- Lampiran 5** Output Validitas dan Reabilitas Fasilitas
- Lampiran 6** Data Hasil Realibilitas
- Lampiran 7** Output Validitas dan Reabilitas Kepuasan Konsumen
- Lampiran 8** Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 9** Hasil Uji Normalitas Asumsi Klasik
- Lampiran 10** Regresi Sederhana
- Lampiran 11** Tabel r
- Lampiran 12** Tabel t

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin *servis* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perusahaan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.¹

¹Budiyanto dan Yunus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol.3 No. 12, 2014, hal. 1

Industri perhotelan yang bergerak di bidang akomodasi penginapan ini juga sama dengan industri lainnya. Sudah semakin berkembang dan semakin banyak bangunan perhotelan di setiap tempat. Baik di kota besar maupun di kota kecil. Semakin bertambahnya bilangan pada suatu hotel, maka semakin bertambah pula fasilitas yang diberikan kepada masyarakat yang menginap di suatu hotel. Sudah sejak lama industri perhotelan dianggap sebagai suatu industri yang menguntungkan dan juga selalu mengalami perkembangan. Karena hotel dan penginapan memang selalu dibutuhkan oleh para pelancong yang mendatangi suatu kota tertentu. Dan mereka yang membangun hotel tersebut memberikan kenyamanan pada masyarakat yang menginap agar mereka bisa tidur dengan nyaman melebihi pada saat tidur di kamar sendiri. Karena hanya dengan tidur yang nyaman saja, perjalanan yang melelahkan pun tidak akan terasa oleh orang-orang yang menginap di suatu hotel. Maka dari itu, kenyamanan merupakan hal yang utama di dalam industri perhotelan ini. Konsep dari barang atau jasa yang memberikan kepuasan konsumen karena bisa memenuhi atau melebihi harapan mereka adalah hal yang penting bagi operasi perusahaan.²

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel.³

Indikator fasilitas ada enam yaitu sebagai berikut:

1. Pertimbangan/perencanaan spesialisasi.
2. Perencanaan ruangan.
3. Perlengkapan/perabotan.
4. Tata cahaya dan warna.
5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

² Rahman, M.R. *Pengaruh Pelayanan, Citra, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lor-In Di Solo*, 2015, hal.1

³ Budiyanto dan Yunus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal ilmu & Riset Manajemen Vol.3 No. 12, 2014, hal. 1

6. Unsur pendukung.⁴

Kepuasan pelanggan adalah pelanggan merasa puas dengan yang diharapkan sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga menimbulkan perasaan senang.⁵

Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan tidak merekomendasikan pada konsumen lain, hal – hal yang buruk sehingga dampaknya akan sangat merugikan perusahaan itu sendiri. Dari hal tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi.⁶

Menurut Farida Jasfer ada lima indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Aspek barang dan jasa.
2. Aspek emosional pelanggan.
3. Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa.
4. Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan.
5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja.⁷

Pada saat ini cukup banyak usaha yang bergerak di bidang perhotelan termasuk perhotelan yang berbasis syariah, sehingga pihak Hotel Saudara Syariah Medan harus dapat menjaga kepuasan konsumen dengan menggunakan fasilitas yang lengkap dan membuat pengunjung nyaman dengan fasilitas-

⁴ Budiyanto dan Yunus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol.3 No. 12, 2014, hal. 2

⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategi (Mengupas pemasaran strategis, branding Strategy, customer satisfaction, strategik kompetitif, hingga e- marketing)*. Yogyakarta: Andi, 2012, hal. 46-48

⁶ Rizky Agung Putra P. *Skripsi Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warnet Zoe Net Di Surabaya*. Surabaya, 2010, hal.6

⁷ Jasfar, F. *Teori Dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa (SDM, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan)*. Jakarta: Salemba Empat, 2012, hal. 2

fasilitas yang ada di Hotel Saudara Syariah Medan, sehingga para konsumen betah dan mau menginap di Hotel Saudara Syariah Medan.

Fasilitas yang memadai akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas yang diberikan oleh Hotel Saudara Syariah Medan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap fasilitas yang diberikan, maka konsumen akan meninggalkan hotel dan tidak akan kembali untuk menginap di Hotel Saudara Syariah Medan lagi. Semua ini mendorong pihak manajemen perusahaan untuk mendapatkan informasi dari konsumen sebagai masukan agar fasilitas yang ada di Hotel Saudara Syariah Medan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, sehingga menunjukkan rata-rata perbulan tamu yang menginap di Hotel Saudara Syariah Medan yaitu 30% dari total kamar yang tersedia yaitu 17 kamar. Tingginya tingkat persaingan hotel yang ada di kota Medan mempengaruhi tingkat penyewaan dan pendapatan sewa kamar di Hotel Saudara Syariah Medan, seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel I.1
Jumlah Pelanggan Pada Tahun 2016

Bulan	Jumlah Pelanggan	Pendapatan Sewa Kamar
Januari	8	Rp.1.390.000
Februari	10	Rp.1.720.000
Maret	9	Rp.1.555.000
April	10	Rp.1.720.000
Mei	8	Rp.1.390.000
Juni	10	Rp.1.745.000
Juli	9	Rp.1.555.000
Agustus	11	Rp.1.945.000
September	8	Rp.1.390.000
Oktober	9	Rp.1.555.000
November	10	Rp.1.745.000
Desember	12	Rp.2.170.000

Sumber: Hotel Saudara Syariah Medan

Berdasarkan dari tabel diatas, yaitu telah penulis amati sebelumnya, maka dapat dinyatakan bahwa jumlah pelanggan setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan.

Dari uraian tabel diatas, maka fasilitas yang ada dalam Hotel Saudara Syariah Medan belum sepenuhnya dapat dikatakan lengkap dalam semua fasilita. Masih banyak fasilitas yang kurang atau tidak lengkap. Sehingga kepuasan konsumen pun bergantung pada fasilitas yang ada di dalam kamar Hotel Saudara Syariah Medan.

Berdasarkan dari masalah diatas terkait dengan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang “**Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan**”.

B. Identifikasi Masalah

Keberadaaa fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internetan area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah yang dapat disimpulkan penulis bahwa:

1. Tempat parkir yang tidak luas yang membuat konsumen sulit untuk memarkir Kendaraanya.
2. Ketidakpuasan konsumen dalam pelayanan yang kurang ramah dan cepat.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saudara Syariah Medan?

D. Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasana konsumen pada Hotel Saudara Syariah Medan?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis
 1. Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan kajian tentang fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
 2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dalam bidang yang terkait dengan penelitian ini.
- b. Manfaat Praktis
 1. Bagi Dunia Akademik.

Sebagai sumbangan pemikiran bagi universitas selaku lembaga pendidikan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi islam terutama mengenai fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi penulis.

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan kenyataan dilapangan. Serta memberikan pengalaman dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis dibidang fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi perusahaan.

Melalui penelitian ini, diharapkan Hotel Saudara Syariah Medan dapat menambah wawasan dalam menerapkan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Definisi Pengertian Fasilitas

a. Pengerian Fasilitas

Sebuah hotel biasanya menawarkan berbagai macam fasilitas penunjang kebutuhan tamunya. Disamping menawarkan makanan dan penginapan, hotel modern juga menyediakan banyak kemewahan hidup. Para tamu dapat memakai kembali baju yang sudah dicuci dan distrika, menelepon teman atau relasi bisnis dari dalam kamar, membeli bahan bacaan, baju dan barang pribadi lainnya, merapikan rambut, membeli baju atau mengatur segala perjalanannya. Hotel-hotel besar menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan tamunya, seperti pertokoan, pusat-pusat hiburan dan fasilitas kesehatan.

Tarif yang harus dibayar oleh tamu, selain untuk membayar kamar biasanya juga termasuk pembayaran pemakaian fasilitas hotel, seperti sistem pendingin ruangan (*air conditioner*), televisi dan radio, tempat parkir, perpustakaan dan kolam renang. Benerapa hotel, teruta di daerah peristirahatan, biasanya juga menyediakan fasilitas yang lebih banyak seperti lapangan tenis, lapangan golf, pemandian, perahu, kuda tunggangan dan mobil sewaaan. Fasilitas fasilitas ini ditawarkan tanpa pembayaran khusus, tetapi umumnya dioperasikan atas dasar sewa.⁸

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktifitas-

⁸ Dewi Prastowo Darminto dan Aji Suryo. *Analisis Laporan Keuangan Hotel*. Yogyakarta: Andi, 2002, hal. 11-12

aktifitas atau kegiatan-kegiatan, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel.⁹

Menurut Wahyuningrum, fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha tersebut biasanya berupa benda-benda dan uang.¹⁰

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia, fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya.¹¹

Menurut Salim, Fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas, dan sebagainya.¹²

Dengan demikian fasilitas adalah suatu kebutuhan konsumen ketika menginap di hotel yang membuat konsumen betah dan nyaman selama menginap di hotel tersebut. Seperti fasilitas AC, WIFI, tempat tidur yang nyaman dan fasilitas-fasilitas lainnya.

Faktor fasilitas merupakan suatu faktor yang sangat menunjang dalam usaha memasarkan produk jasa kepada konsumen pengguna jasa. Fasilitas yang baik dan lengkap atau komplit merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian suatu jasa. Dan sebaliknya fasilitas yang tidak memadai tidak disesuaikan dengan harga, mendorong kearah kegagalan perusahaan karena konsumen dapat mengurungkan niatnya untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam banyak hal, penyediaan sarana dan fasilitas ini memang diperlukan untuk memacu usaha rumah sakit sehingga benar-benar menjadi usaha yang mampu melayani masyarakat luas. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain AC, TV, Kulkas, Kursi tamu dan toilet.¹³

⁹ Budiyanto dan Yunus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal ilmu & Riset Manajemen Vol.3 No. 12, 2014, hal. 10

¹⁰ Wahyuningrum, 2010

¹¹ kamus besar bahasa Indonesia, 2002, hal. 415

¹² Salim, 2009, hal. 415

¹³ Riswardani, Y.T. *Pengaruh Fasilitas, Biaya Dan Promosi Daya Saing*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol 8, 2013, hal.90-91

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

1. Pertimbangan atau perencanaan parsial
2. Perancang ruang
3. Perlengkapan atau perabotan
4. Tata cahaya
5. Warna
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

b. Strategi Fasilitas

Strategi fasilitas umumnya mempertimbangkan jumlah kapasitas, saat kapasitas dibutuhkan, dan lokasinya di dalam jangka panjang. Unsur-unsur strategi fasilitas ini perlu dipertimbangkan secara padu dan dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

1. Panduan Permintaan.

Merumuskan strategi fasilitas menuntut prakiraan permintaan, meskipun jika variansinya (ragam) sangat besar.

2. Harga Perolehan Fasilitas.

Harga perolehan (biaya) diikutsertakan di dalam strategi fasilitas untuk mempertimbangkan apakah fasilitas besar atau kecil yang harus dipajang.

3. Perilaku yang Mungkin dari Para Pesaing.

Reaksi bersaing yang diperkirakan rendah mungkin akan mendorong perusahaan menambah kapasitas guna “merebut” pasar sebelum para pesaing menjadi kuat.

4. Strategi Bisnis.

Strategi bisnis mungkin mengharuskan perusahaan lebih menekankan biaya, layanan, atau keluwesan dalam pilihan fasilitasnya.

5. Pertimbangan Internasional.

Karena pasar menjadi lebih global sifatnya, fasilitas harus ditempatkan atas dasar global. Hal ini tidak hanya menyangkut mengejar “tenaga kerja yang murah” melainkan juga penempatan fasilitas secara global demi keuntungan strategi terbaik.

Analisis Strategi fasilitas dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut. Langkah-langkah ini sangat sederhana untuk digambarkan tetapi sulit untuk diterapkan.

1. Kembangkan ukuran kapasitas fasilitas.
2. Susun prakiraan permintaan yang akan datang.
3. Hitung kebutuhan dan fasilitas.
4. Cari alternatif-alternatif.
5. Evaluasi alternatif.
6. Ambil keputusan.

c. Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono indikator fasilitas ada enam yaitu sebagai berikut:

1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial.

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

2. Perencanaan Ruangan.

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

3. Perlengkapan/Perabotan.

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung

bagi pengguna barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini yaitu seperti ketersediaan listrik, meja dan kursi, *internet hot spot area*, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

4. Tata Cahaya dan Warna.

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruang dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan klasik, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan –Pesan yang disampaikan secara grafis.

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar warna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi (yang digunakan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6. Unsur Pendukung.

Keberadaaa fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internetan area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2. Definisi Kepuasan Konsumen

a. Pengetian kepuasan Konsumen

Kepuasan Pelanggan (*customer's satisfaction*) didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri

yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.¹⁴

Menurut Abdullah dan Francis, kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja dirasakan dan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat dari kepuasan yang umum yang pertama jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas, yang kedua kalau kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan puas. Yang ketiga apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan puas, senang, atau bahagia¹⁵.

Menurut Sofjan Assauri, kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-matanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada keputusan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan¹⁶.

Menurut Tjiptono dan Chandra, Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Bila dipastikan bahwa semua teks laris di bidang manajemen strategik, pemasaran, dan perilaku konsumen menyisihkan porsi cukup besar untuk membahas isu yang satu ini.¹⁷

Ketika sering merasakan puas atau tidak puas dengan sebuah produk yang kita beli. Sebenarnya, perasaan itu muncul ketika kita membandingkan antara yang kita harapkan dengan yang kita rasakan. Jadi, kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Jika yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan kita katakan puas. Jika

¹⁴ (Jasfar, 2012, hal. 20-21)

¹⁵ (Thamrin Abdullah & Francis Tantri, 2012, hal. 38)

¹⁶ (Assauri, 2012, hal. 11)

¹⁷ (Fandy Tjiptono&Gregorius Chandra, 2012, hal. 55)

yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan kita mengatakan, tidak puas. Pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran. Perusahaan berusaha keras memahami apa sesungguhnya harapan konsumen atas produknya. Semakin tepat pemasar merumuskan harapan konsumen, semakin mudah pula memberikan kepuasan¹⁸.

Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan suatu tingkat kenyamanan dan kepuasan konsumen ketika menginap di suatu hotel tersebut, yang membuat konsumen tersebut mau menginap di hotel itu lagi.

b. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaiknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Menurut Kotler dan Armstrong ada lima metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran.

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan membuat mudah pelanggannya memberikan saran atau keluhan. Restoran atau hotel menyediakan formulir sehingga pelanggan hanya perlu memberi tanda apa yang disukai dan apa yang tidak disukai.

2. Survei kepuasan pelanggan.

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan.

¹⁸ (Amir, 2005)

3. Pembelanja Siluman.

Cara lain yang bermanfaat untuk menilai kepuasan pelanggan adalah menyewa orang untuk berpura-pura sebagai pembeli guna melaporkan pengalaman mereka membeli produk perusahaan dan produk pesaing. “pembelanja siluman” ini bahkan dapat menyajikan masalah spesifik untuk menguji apakah karyawan perusahaan menanganinya dengan baik.

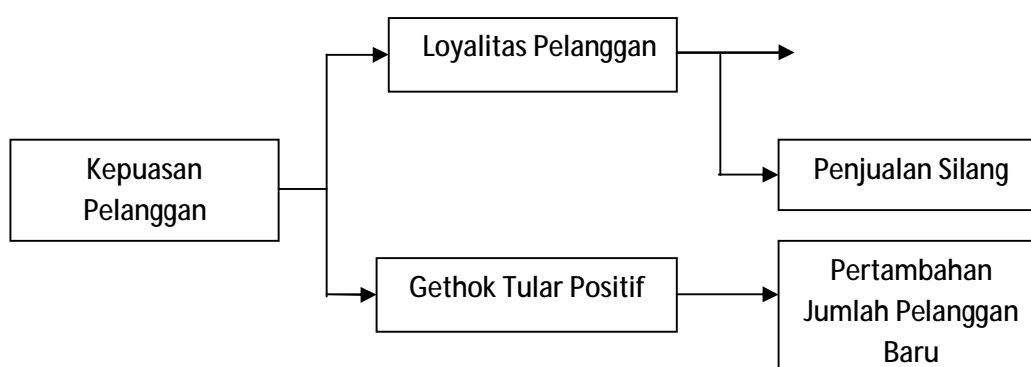
4. Analisis pelanggan yang hilang.

Perusahaan harus melakukan kontak dengan pelanggan yang berhenti membeli, atau yang beralih ke pesaing, untuk mempelajari mengapa hal ini terjadi.

5. Beberapa peringatan dalam mengukur kepuasan pelanggan.

Peringkat kepuasan pelanggan kadang-kadang sulit diartikan. Kalau pelanggan mengungkapkan kepuasan mereka atas beberapa unsur kinerja perusahaan, misalnya penyerahan barang. Pengertian penyerahan barang yang baik dapat beraneka rupa. Itu mungkin berarti penyerahan barang sebelum waktunya, penyerahan tepat waktu, kelengkapan pesanan, atau sesuatu yang lain.¹⁹

c. Manfaat Kepuasan Palanggan



Gambar 2.1. Manfaat Kepuasan Pelanggan.

¹⁹ (Philip Kotler&Gary Armstrong, 1997, hal. 189)

Manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup: dampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*), menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan), menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok), rekomendasi gethok tular *positif*, pelanggan cenderung lebih *reseptif* terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan, serta meningkatkan *bargaining power relatif* perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi. Singkat kata, tidak perlu diragukan lagi bahwa kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kelangsungan hidup dan daya saing setiap organisasi, baik bisnis maupun nirlaba.²⁰

d. Indikator-Indikator kepuasan Pelanggan

Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka waktu panjang. Menurut Zaithaml dan Bitner, terdapat bermacam-macam faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti berikut:

1. Aspek barang dan jasa..

Kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian pelanggan terhadap fitur barang dan jasa.

2. Aspek emosional pelanggan.

Emosi atau perasaan dari pelanggan dapat memengaruhi persepsinya mengenai tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati. Pada saat seseorang pelanggan sedang

²⁰ (Fandy Tjiptono&Gregorius Chandra, 2012, hal. 57-58)

mengalami suasana hati yang gembira, emosinya akan memengaruhi persepsi yang positif terhadap kualitas suatu jasa yang sedang dikonsumsi. Sebaliknya, jika seseorang pelanggan sedang mengalami suasana hati yang buruk, emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan olehnya walaupun penyampaian jasa tersebut tidak ada kesalahan sedikit pun.

3. Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa.

Pelanggan terkadang dikagetkan oleh sebuah hasil suatu jasa di mana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Biasanya, pelanggan cenderung untuk mencari penyebabnya. Kegiatan pelanggan dalam mencari penyebab suatu kesuksesan atau kegagalan jasa inilah yang dapat memengaruhi tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa.

4. Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan.

Pelanggan akan bertanya-tanya pada diri mereka sendiri.” Apakah saya sudah dilayani secara adil dibandingkan dengan pelanggan lain? Apakah pelanggan lain mendapatkan perlakuan yang lebih baik, harga yang lebih murah, atau kualitas jasa yang lebih enak? Apakah saya membayar harga yang layak untuk jasa yang saya dapatkan? Apakah saya diperlakukan secara baik dan sebanding dengan biaya dan usaha yang saya keluarkan?” pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan pada tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa tersebut.

5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh orang lain. Sebagai contoh, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan. Kemudian, apakah ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh

cerita yang diceritakan kembali di antara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.²¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan peneliti dengan pokok pembahasan ini bukan penelitian yang pertama telah banyak penelitian terdahulu seperti:

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Yunus dan Budiyanto	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan penelitian ini bahwa pengujian hipotesis antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Narita Hotel Surabaya. ²²
2	Mohammad Rifki Rahman	Pengaruh Pelayanan, Citra Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lor-In Di Solo	Pelayanan, Citra Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lor-In Di Solo	Berdasarkan hasil penelitian bahwa terbukti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel pelayanan, Citra Dan Fasilitas secara bersama-sama Terhadap Kepuasan

²¹ Jasfar, F. *Teori Dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa (SDM, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan)*. Jakarta: Salemba Empat, 2012, hal. 20-21

²² Budiyanto dan Yunus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal ilmu & Riset Manajemen Vol.3 No. 12, 2014, hal. 1-3

				Konsumen Hotel Lor-In Di Solo. ²³
3	Yeni Tri Sari Riswardani	Pengaruh Fasilitas, Biaya Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap	Fasilitas, Biaya Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap	Hasil penelitian ini secara parsial variabel fasilitas secara positif berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap, artinya fasilitas kesehatan, sarana dan prasarana pendukung pelayanan kesehatan ditinggalkan makan pasien rawat inap semakin puas. ²⁴
4	Mohammad Toriq dan Soebari Martoatmodjo	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo	Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo	Hasil pengujian secara persial menunjukkan masing-masing variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang melakukan pengisian bahan bakar di SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo. ²⁵

²³ Rahman, M.R. *Pengaruh Pelayanan, Citra, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lor-In Di Solo*, 2015, hal. 5-8

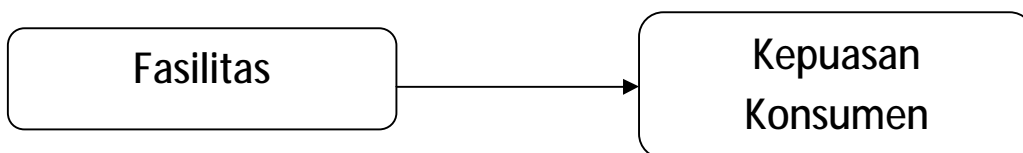
²⁴ Riswardani, Y.T. *Pengaruh Fasilitas, Biaya Dan Promosi Daya Saing*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol 8, 2013, hal. 90-91

²⁵ Martoatmodjo, M.T. *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol 3, No 8, 2014

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan ilmiah mengenai preposisi antara konsep/antar konstruk antar hubungan antar variabel penelitian. Hubungan antar variabel ini penting dikemukakan sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis. Dengan kata lain, hipotesis hanya boleh dikemukakan apabila terdapat penjelasan ilmiah mengenai hubungan antar variabel yang diteliti.²⁶

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen yaitu fasilitas dan variabel dependen kepuasan konsumen. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Seperti gambar dibawah ini:



D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian, hipotesis berkaitan erat dengan teori.²⁷ "Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Komsumen pada Hotel Saudara Syariah Medan.

²⁶ Juliandi, Azuar, *et al Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: umsu press, 2015, hal. 109

²⁷ Juliandi, Azuar, *et al Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. (Medan: umsu press, 2015), hal. 109

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.²⁸ Yaitu Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan.

Berdasarkan metode penelitian ini memakai metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah bagian untuk mengemukakan secara detail, spesifik, lengkap, dimana peneliti dilakukan dan alasan logis mengapa memilih lokasi tersebut.

Waktu penelitian adalah mengemukakan secara rinci kapan penelitian dilakukan, kapan berawal dan berakhir, serta membuat tabel jadwal atau skedul waktu penelitian. Yang pada hakekatnya berisi “Proses Penelitian” sejak prariset/menemukan masalah sampai kapan analisis data/penarikan kesimpulan.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Saudara Syariah Medan dan penelitian ini di mulai pada Januari sampai April 2017.

²⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1999, hal.73

Tabel III.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																							
		Nopember 2016				Desember 2016				Januari 2017				Februari 2017				Maret 2017				April 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Penyusunan Proposal																								
3	Bimbingan Proposal																								
4	Seminar Proposal																								
5	Pengumpulan Data																								
6	Analisis Data																								
7	Bimbingan Skripsi																								
8	Sidang Meja Hijau																								

C. Definisi Operasional

a. Fasilitas

Menurut Wahyuningrum, fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha tersebut biasanya berupa benda-benda dan uang.²⁹

Menurut Tjiptono indikator fasilitas ada enam yaitu sebagai berikut:

1. Pertimbangan/perencanaan spesialisasi.
2. Perencanaan ruangan.
3. Perlengkapan/perabotan.
4. Tata cahaya dan warna.
5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.
6. Unsur pendukung.³⁰

b. Kepuasan Konsumen

²⁹ Wahyuningrum, 2010

³⁰ Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius, 2001, hal. 46-48

Menurut Tjiptono dan Chandra, Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen bila dipastikan bahwa semua teks laris di bidang manajemen strategi, pemasaran, dan perilaku konsumen menyisihkan porsi cukup besar untuk membahas isu yang satu ini.³¹

Menurut Farida Jasfer ada lima indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Aspek barang dan jasa.
2. Aspek emosional pelanggan.
3. Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa.
4. Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan.
5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja.³²

³¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategi (Mengupas pemasaran strategis, branding Strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif, hingga e- marketing)*. Yogyakarta: Andi, 2012, hal. 55

³² Jasfar, F. *Teori Dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa (SDM, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan)*. Jakarta: Salemba Empat, 2012, hal. 2

Tabel III.2
Tabel Kisi-Kisi Angket

No	Variabel	Indikator	No Bukti Angket
1	Fasilitas (X)	1. Pertimbangan/perencanaan spesialisasi. 2. Perencanaan ruangan. 3. Perlengkapan/perabotan. 4. Tata cahaya dan warna. 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. 6. Unsur pendukung	1,2 3,4 5,6 7,8 9, 10
2	Kepuasan Konsumen (Y)	1. Aspek barang dan jasa. 2. Aspek emosional pelanggan. 3. Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa. 4. Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan. 5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja	11,12 13,14 15,16 17,18 19,20

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu Primer dan Sekunder. Dan dalam Penelitian ini menggunakan penelitian Primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data primer biasanya diperoleh dengan wawancara langsung kepada objek atau dengan mengisi angket (pernyataan) yang langsung dijawab oleh objek penelitian.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan yang datang untuk

³³ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2010, hal.73

menginap dan menggunakan fasilitas di Hotel Saudara Syariah Medan pada bulan April tahun 2017.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian besar dari seluruh populasi, yang diambil dari populasi dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat dianggap mewakili seluruh anggota populasi.³⁴

Teknik sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³⁵ Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling Accidental*. *sampling Accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik ini digunakan karena topik yang diteliti adalah fasilitas yang dimana semua orang dapat memberikan penilaian terhadap fasilitas.³⁶

F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesepakatan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.³⁷ Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Sebelum membuat daftar pernyataan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini akan digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat negatif sampai

³⁴ Soewedji, Y. *Pengantar Metode penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, hal.131

³⁵ Sugiyono, 2007, hal. 81

³⁶ Sugiyono, 2007, hal. 84-85

³⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006

sangat positif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing sebagai berikut:

Tabel III.3
Skala Pengukuran Model Skala Likert

No	Notasi	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang ditempuh dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu banyak.³⁸

3. Studi Pustaka

Yaitu pengumpulan data untuk memperoleh data-data sekunder, dengan cara menggunakan informasi dari literatur, buku-buku ataupun sumber lainnya yaitu dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

³⁸ Sugiono. *Metode penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008, hal. 142

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara yaitu analisis Kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: Uji Kualitas Data yang dilakukan dengan cara Validitas dan Releabilitas, Uji Normalitaa Data, Uji Regresi Sederhana, Pengujian Hipotesis Dengan Uji Detriminan.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validasi

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya³⁹. Uji validitas item atau butir akan digunakan Uji Korelasi Pearson Product Moment. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

Namun ada cara lain yang dapat digunakan untuk uji validitas menurut Saifuddin berdasarkan Rumus Koefisien *Product Moment Pearson*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)} \cdot \sqrt{(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan

- r_{xy} : koefisien korelasi *Product Moment*
 X : nilai dari item (pertanyaan)
 Y : nilai dari total item
 N : banyaknya responden atau sample penelitian

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu data maka akan dibandingkan nilai r hitung (*Corrected Item Total Corelation*) dengan nilai r tabel. Kriteria penilaian uji validitas, adalah :

- a) Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

³⁹Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, hal 5.

- b) Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah⁴⁰.

Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus Koefisien *Cronbach Alpha*⁴¹, yaitu :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - r)r}$$

Dimana :

α : koefisien *Cronbach Alpha*

k : jumlah item valid

r : rerata korelasi anatar item

1 : konstanta

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus Koefisien *Cronbach Alpha*. Nilai Cronbach Alpha pada penelitian ini akan digunakan nilai 0.6 dengan asumsi bahwa daftar pertanyaan yang diuji akan dikatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha ≥ 0.6 ⁴².

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, devenden variabel dan indeviden variabel keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal atau mendekati normal⁴³.

⁴⁰Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, hal 4

⁴¹Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, hal 35

⁴²Imam GhozaliI, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hal 140.

⁴³Imam GhozaliI, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program*

Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P-P Plot*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel indeviden (X) dengan variabel devenden (Y). Analisis ini bertujuan untuk memprediksikan nilai dari variabel devenden apabila nilai variabel indeviden mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel indeviden dan variabel devenden apakah positif atau negatif. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

X = Variabel Fasilitas

A = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel indeviden (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan artinya berarti atau berpengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data yang sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat diterangkan dengan variabel bebas (X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2=0$), artinya variasi dari Y secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara 0 dan 1.

b. Uji Parsial T Hitung (Uji T)

Penentuan penerimaan hipotesis dengan uji t dapat dilakukan dengan tabel t. Nilai t hitung hasil regresi dibandingkan dengan nilai t pada tabel. Jika t hitung $>$ t tabel maka akan berarti terhadap pengaruh yang signifikan secara parsial, dan sebaliknya jika \leq t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial. Hal tersebut juga berlaku untuk F hitung. Misalnya untuk jumlah sampel 44 maka nilai t tabel untuk signifikansi 5% adalah dengan melihat nilai t dengan *degree of freedom* untuk pengujian satu arah sebesar $44-1=43$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 item pernyataan untuk variabel fasilitas (x) dan 10 item pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (y). Angket yang disebar ini diberikan kepada 20 orang konsumen Hotel Saudara Syariah Medan sebagai sampel penelitian. Sistem penilaian dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 (lima) opsi pernyataan dan berikut penilaian sebagai berikut:

Tabel IV-1

Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Berdasarkan ketentuan penelitian skala likert pada tabel diatas dapat dipahami bahwa ketentuan diatas berlaku baik didalam menghitung variabel fasilitas (x) dan kepuasan konsumen (y). Dengan demikian untuk setiap responden yang menjawab angket penelitian, maka skor tertinggi diberikan bobot nilai 5 dan skor terendah diberikan bobot nilai 1.

2. Karakteristik Identitas Responden

Sampel penelitian pengukuran pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen studi kasus Hotel saudara Syariah Medan.

Bagian ini menyajikan informasi mengenai gambaran secara umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan. Berikut ini adalah penjelasan masing-masing nasabah.

Tabel IV-2
Presentase Jenis Kelamin Responden

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	13	65.0	65.0	65.0
	perempuan	7	35.0	35.0	100.0
Total		20	100.0	100.0	

Sumber: Diolah dari SPSS 16.0

Dari data diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 13 orang (65 %) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 7 orang (35%). Dengan demikian dapat disimpulkan dari total responden laki-laki memiliki pengaruh yang cukup besar dari pada responden perempuan.

Tabel IV-3
Presentasi Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-30 Tahun	9	45.0	45.0	45.0
	30-45 Tahun	5	25.0	25.0	70.0
	46-50 Tahun	6	30.0	30.0	100.0
Total		20	100.0	100.0	

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Data diatas menunjukkan bahwa usia responden, frekuensi responden berusia 15-30 tahun sebesar 45%, uaia 30-45 tahun sebesar 25%, usia 46-50 sebesar 30 %.

Tabel IV-4
Presentasi Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA	5	25.0	25.0	25.0
	D3	7	35.0	35.0	60.0
	S1	8	40.0	40.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Data diatas menunjukkan pendidikan responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini, responden berpendidikan SLTA sebanyak 5 orang atau 25%, responden yang berpendidikan D3 7 orang atau 35% , responden yang berpendidikan S1 8 orang atau 40% reponden yang berpendidikan.

3. Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas instrumen adalah program komputer *Statistical Program For Social Science* (SPSS) versi 16,0 dari 10 daftar pernyataan (angket) yang dijawab dan dikembalikan responden, penulis menginput nilai-nilainya untuk bahan pengujian. Uji validitas menggunakan pendekatan uji korelasi *pearson product moment*. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut valid / tidak valid.

Pegujian validitas tiap instrumen dengan cara mengkolerasikan tiap butir pernyataan tersebut, syarat minimum untuk memenuhi syarat apakah setiap pernyataan valid / tidak valid dengan membandingkan apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid. Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Berdasarkan data yang terkumpul, maka terdapat 10 butir pernyataan untuk variabel fasilitas (X), dan 10 butir pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen dalam pandangan Sayriah.

Tabel IV-5
Hasil Uji Validitas Fasilitas
(Untuk Pernyataan Variabel X)

No Butir	Pernyataan	r ² Hitung	r ² Tabel	Probabilitas	Keterangan
Item 1	Ruang kamar tidur di Hotel Saudara Syariah Medan bersih, rapi dan nyaman.	0,970	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	Tersediakah penerangan di dalam kamar yang membuat konsumen nyaman dan rileks.	0,632	0,444	0,003 < 0,05	Valid
Item 3	Tersediakah pendingin atau AC di Hotel Saudara Syariah Medan Yang membuat konsumen sejuk.	0,697	0,444	0,001 < 0,05	Valid
Item 4	Tersedianya sarana umum seperti tempat parkir, toilet, ruang tunggu dan lain-lain.	0,715	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	Tersedianya fasilitas <i>Hot Spot</i> di dalam Hotel Saudara Syariah Medan.	0,515	0,444	0,020 < 0,05	Valid
Item 6	Tersedia alat pemadam kebakaran apabila terjadi kebakaran.	0,859	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	Warna interior yang digunakan membuat rileks.	0,632	0,444	0,003 < 0,05	Valid
Item 8	Tersedia papan informasi.	0,489	0,444	0,029 < 0,05	Valid
Item 9	Tersedia peringatan untuk menjaga kebersihan di dalam Hotel saudara syariah Medan.	0,693	0,444	0,001 < 0,05	Valid
Item 10	Tersedia layanan makanan dan minuman di Hotel Saudara Syariah Medan.	0,532	0,444	0,016 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel fasilitas valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel IV-6
Hasil Uji Validitas Variabel y (kepuasan konsumen)
(Untuk Pernyataan Variabel Y)

No Butir	Pernyataan	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Probabilitas	Keterangan
Item 1	Saya merasakan keramahan dan kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan di Hotel Saudara Syariah Medan.	0,789	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	Saya merasakan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan di Hotel Saudara Syariah Medan.	0,841	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	Saya merasakan kenyamanan yang diberikan pada Hotel Saudara Syariah Medan dalam melayani konsumen.	0,600	0,444	0,005 < 0,05	Valid
Item 4	Saya melihat kerapian karyawan dalam memberikan pelayanan.	0,565	0,444	0,009 < 0,05	Valid
Item 5	Saya puas terhadap fasilitas yang di berikan.	0,653	0,444	0,002 < 0,05	Valid
Item 6	Saya puas terhadap harga untuk menginap semalam yang di tawarkan Hotel Saudara Syariah Medan.	0,604	0,444	0,023 < 0,05	Valid
Item 7	Saya puas terhadap informasi yang diberikan oleh karyawan.	0,804	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 8	Saya puas terhadap ketepatan waktu dalam memberikan informasi yang diberikan pihak Hotel Saudara Syariah Medan.	0,878	0,444	0,000 < 0,05	Valid
Item 9	Saya puas terhadap jawaban yang diberikan Hotel Saudara Syariah Medan.	0,597	0,444	0,005 < 0,05	Valid
Item 10	Saya puas terhadap penyampaian yang diberikan karyawan.	0,669	0,444	0,001 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2) Uji Realibilitas

Selanjutnya item instrument yang valid diatas diuji reliabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruh item pernyataan dan tiap variabel sudah menerangkan tentang variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Kriteria penilaian dalam menguji reliabilitas instrument adalah apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, maka penelitian tersebut dianggap reliabel . hasilnya seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel IV-7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Fasilitas (x)	0.864	Reliabel
Kepuasan konsumen (y)	0.874	Reliabel

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

nilai reabilitas instrument diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrument sudah memadai karena mendekati ($>0,6$), dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan masing-masing variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti.

4. Analisis Variabel Penelitian

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Deskripsi analisis persentase jawaban responden pada Fasilitas
2. Deskripsi analisis persentase jawaban responden pada kepuasan konsumen

Tabel IV -8
Skor Angket Variabel X (Fasilitas)

Alternatif Jawaban													
No	Pernyataan	SS		S		KS		TS		ST		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Ruang kamar tidur di Hotel Saudara Syariah Medan bersih, rapi dan nyaman.	18	90	0	0	2	10	0	0	0	0	20	100
2	Tersediakah penerangan di dalam kamar yang membuat konsumen nyaman dan rileks.	12	60	7	35	1	5	0	0	0	0	20	100
3	Tersediakah pendingin atau AC di Hotel Saudara Syariah Medan Yang membuat konsumen sejuk.	15	75	4	20	1	5	0	0	0	0	20	100
4	Tersedianya sarana umum seperti tempat parkir, toilet, ruang tunggu dan lain-lain.	14	70	5	25	1	5	0	0	0	0	20	100
5	Tersedianya fasilitas <i>Hot Spot</i> di dalam Hotel Saudara Syariah Medan.	15	75	5	25	0	0	0	0	0	0	20	100
6	Tersedia alat pemadam kebakaran apabila terjadi kebakaran.	16	80	2	10	1	5	0	0	0	0	20	100
7	Warna interior yang digunakan membuat rileks.	12	60	7	35	1	5	0	0	0	0	20	100
8	Tersedia papan informasi.	12	60	6	30	2	10	0	0	0	0	20	100
9	Tersedia peringatan untuk menjaga kebersihan di dalam Hotel saudara syariah Medan.	13	65	6	30	1	5	0	0	0	0	20	100
10	Tersedia layanan makanan dan minuman di Hotel Saudara Syariah Medan.	15	75	4	29	1	5	0	0	0	0	20	100

Berdasarkan tabel IV-6 dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Jawaban responden tentang Ruang kamar tidur di Hotel Saudara Syariah Medan bersih, rapi dan nyaman, responden menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang (90%), dan kurang setuju sebanyak 2 orang (10%).

- b) Jawaban responden tentang Tersediakah penerangan di dalam kamar yang membuat nyaman, responden menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (60%), setuju sebanyak 7 orang (35%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- c) Jawaban responden tentang Tersediakah pendingin atau AC di Hotel Saudara Syariah Medan tersebut sejuk, responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (75%), setuju sebanyak 4 orang (20%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- d) Jawaban responden tentang Tersediakah sarana umum seperti tempat parkir, toilet, ruang tunggu dan lain-lain, responden menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang (70%) setuju sebanyak 5 orang (25%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- e) Jawaban responden tentang Tersediakah fasilitas Hot Spot di dalam Hotel Saudara Syariah Medan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (75%), setuju sebanyak 5 orang (25%).
- f) Jawaban responden tentang Tersedia alat pemadam kebakaran apabila terjadi kebakaran, responden menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang (80%), setuju sebanyak 2 orang (10%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- g) Jawaban responden tentang Warna interior yang digunakan membuat rileks, responden menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (60%), setuju sebanyak 7 orang (35%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- h) Jawaban responden tentang Tersedia papan informasi, responden menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (60%), setuju sebanyak 6 orang (30%) dan kurang setuju sebanyak 2 orang (10%).
- i) Jawaban responden tentang Tersedia peringatan untuk menjaga kebersihan di dalam Hotel Saudara Syariah Medan, responden menjawab sebanyak 13 orang (65%), setuju sebanyak 6 orang (30%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- j) Jawaban responden tentang Tersedia layanan makanan dan minuman di Hotel Saudara Syariah Medan, responden menjawab sangat setuju

sebanyak 15 orang (75%) dan setuju sebanyak 4 orang (29%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).

Tabel IV-9
Skor Angket Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Alternatif Jawaban													
No	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya merasakan keramahan dan kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan di Hotel Saudara Syariah Medan.	18	90	1	5	1	5	0	0	0	0	20	100
2	Saya merasakan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan di Hotel Saudara Syariah Medan.	17	85	3	15	0	0	0	0	0	0	20	100
3	Saya merasakan kenyamanan yang diberikan pada Hotel Saudara Syariah Medan dalam melayani konsumen.	15	75	5	25	0	0	0	0	0	0	20	100
4	Saya melihat kerapian karyawan dalam memberikan pelayanan.	15	75	4	20	1	5	0	0	0	0	20	100
5	Saya puas terhadap fasilitas yang di berikan.	16	80	3	15	1	5	0	0	0	0	20	100
6	Saya puas terhadap harga untuk menginap semalam yang di tawarkan Hotel Saudara Syariah Medan.	17	85	3	15	0	0	0	0	0	0	20	100
7	Saya puas terhadap informasi yang diberikan oleh karyawan.	14	70	5	25	1	5	0	0	0	0	20	100
8	Saya puas terhadap ketepatan waktu dalam memberikan informasi	16	80	3	15	1	5	0	0	0	0	20	100

	yang diberikan pihak Hotel Saudara Syariah Medan.												
9	Saya puas terhadap jawaban yang diberikan Hotel Saudara Syariah Medan.	16	80	3	15	1	5	0	0	0	0	20	100
10	Saya puas terhadap penyampaian yang diberikan karyawan.	15	75	5	25	0	0	0	0	0	0	20	100

Berdasarkan tabel IV-6 dapat diuraikan sebagai berikut:

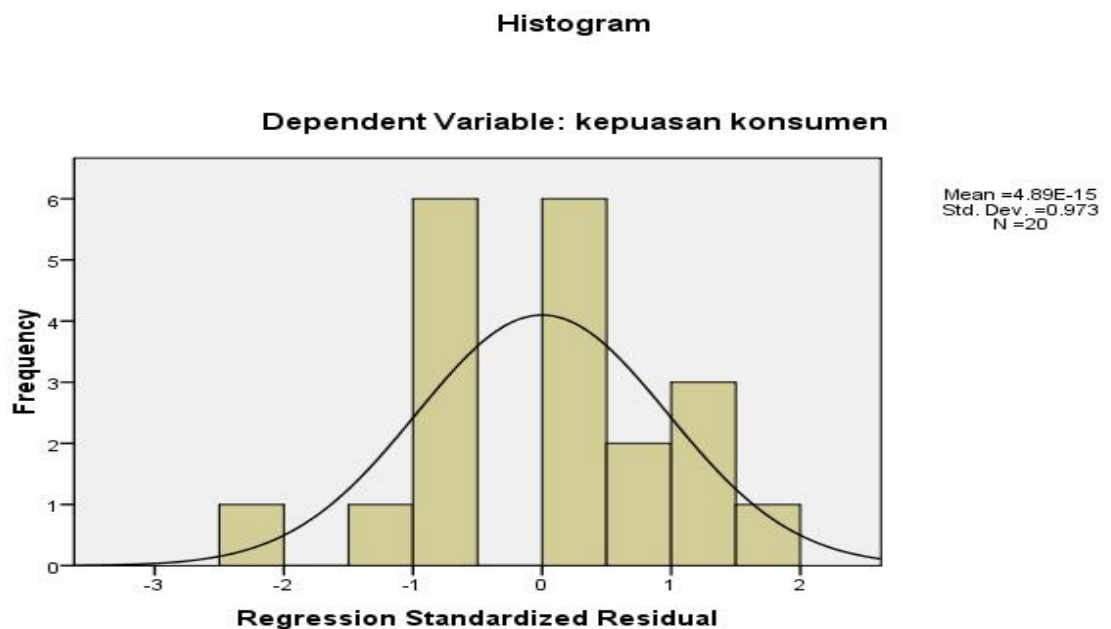
- 1). Jawaban responden tentang Saya merasakan keramahan dan kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan di Hotel Saudara Syariah Medan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang (90%), setuju sebanyak 1 orang (5%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- 2). Jawaban responden tentang Saya merasakan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan di Horel Saudara Syariah Medan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (85%), setuju sebanyak 3 orang (15%).
- 3.) Jawaban responden tentang Saya merasakan kenyamanan yang diberikan pada Hotel Saudara Syariah Medan dalam melayani konsumen, responden menjawab sangat setuju 15 orang (75%) dan setuju sebanyak 5 orang (25%).
- 4). Jawaban responden tentang Saya merasakan kerapian karyawan dalam memberikan pelayanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (75%), setuju sebanyak 4 orang (20%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- 5). Jawaban responden tentang Saya puas terhadap fasilitas yang diberikan, responden menjawab sangat setuju 16 orang (80%), setuju sebanyak 3 orang (15%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- 6). Jawaban responden tentang Saya puas terhadap harga untuk menginap semalam yang ditawarkan pada Hotel Saudara Syariah Medan, responden menjawab sangat setuju 17 orang (85%) dan setuju sebanyak setuju sebanyak 3 orang (15%).

- 7). Jawaban responden tentang Saya puas terhadap informasi yang diberikan oleh karyawan, responden menjawab sangat setuju 14 orang (70%), setuju sebanyak 5 orang (25%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- 8). Jawaban responden tentang Saya puas terhadap ketepatan waktu dalam memberikan informasi yang diberikan pihak Hotel saudara Syariah Medan, responden menjawab sangat setuju 16 orang (80%), setuju sebanyak 3 orang (15%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- 9). Jawaban responden tentang saya puas terhadap jawaban yang diberikan pada Hotel saudara Syariah, responden menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang (80%), setuju sebanyak 3 orang (15%) dan kurang setuju sebanyak 1 orang (5%).
- 10). Jawaban responden tentang Saya puas terhadap penyampaian yang diberikan karyawan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (75%) dan setuju sebanyak 5 orang (25%).

a. Uji Normalitas

pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah model regresi variabel dependen dengan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Data menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar IV-1
Hasil Uji Normalitas

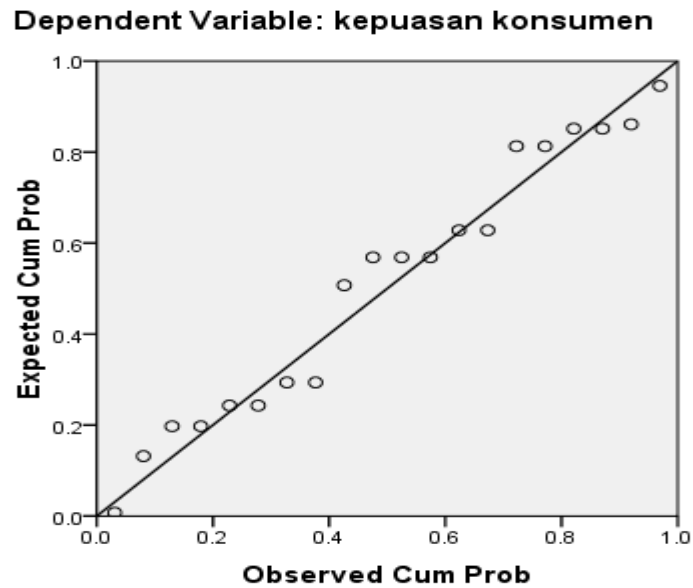


Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Berdasarkan pengujian distribusi normal, maka data diatas dapat dikatakan telah berdistribusi normal karena distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan.

Gambar IV-2
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Gambar diatas mengemukakan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah ditemukan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian cenderung normal

b. Uji Regresi Sederhana

Hasil pengolahan data dengan SPSS tentang pengaruh variabel fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV-10
Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.319	3.152		2.956	.008
	fasilitas	.823	.067	.945	12.200	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Pada tabel Coefficients pada kolom B pada constanta 9.319 sedangkan nilai x adalah 0,823 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 9.319 + 0.823X$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Konsumen

A= Konstanta

b= Koefisien regresi sederhana

x= Fasilitas

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu-satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bertanda negatif.

c. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial t hitung (Uji t)

Nilai perhitungan koefisien (r_{xy}) akan diuji tingkat signifikannya dengan uji t hipotesis parsialnya adalah sebagai berikut:

Jika t hitung > t tabel maka akan berarti terdapat berpengaruh yang signifikan secara parsial.

Jika t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

Tabel IV-11
Hasil Uji t Hitung

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.319	3.152		2.956	.008
	fasilitas	.823	.067	.945	12.200	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Hasil pengujian data diatas terlihat bahwa nilai sig probability $0,000 < 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, maka ada pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen dan untuk uji t $12.200 > 2.093$ berarti H_a diterima dan H_0 ditolak, maka ada pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2. Uji Determinasi

Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel IV-12
Hasil Uji Determinasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.892	.886	1.14973

a. Predictors: (Constant), fasilitas

Nilai R square diatas diketahui 0.892 atau 89,2% menunjukkan sekitar 89,2% variabel kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh fasilitas (X). Sementara sisanya sebesar 10,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. PEMBAHASAN

Hasil pengujian terlihat bahwa variabel fasilitas (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Lebih rinci hasil pengaruh ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara X (Fasilitas) terhadap Y (Kepuasan Konsumen), hal ini dilihat dari nilai uji t nilai $12.200 > 2.093$, menunjukkan dengan sig $0,000 < 0,05$ menunjukkan H_0 diterima dan H_a ditolak, maka ada pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen secara signifikan pada taraf 0,05. Fasilitas yang di terapkan oleh perusahaan kepada konsumen sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Jadi dampaknya terhadap penelitian ini sangat mempengaruhi perusahaan. Misalnya Fasilitas memiliki manfaat yang besar terhadap tingkat kepuasan konsumen karena dengan fasilitas yang lengkap maka konsumen akan puas. Apabila fasilitas yang tidak sesuai akan menurunkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. Salah satunya pelayanan karyawan hotel saudara syariah yang baik kepada para pengunjung, dengan fasilitas yang sesuai di inginkan konsumen. Dengan adanya hal tersebut maka fasilitas sangat mempengaruhi kepuasan konsumen yang ada pada hotel saudara syariah medan, karena dengan fasilitas yang lengkap konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi hotel saudara syariah medan.

Dan dari penelitian terdahulu mengenai penelitian ini sama-sama berpengaruh terhadap penelitian ini misalnya salah satu dari penelitian Mohammad Rifki Rahman yang berjudul 'Pengaruh pelayanan, citra dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Hotel Lor-In Di Solo dan hasil dari penelitian Mohammad Rifki Rahman bahwa pengaruh positif dan signifikan dari variabel pelayanan, citra dan fasilitas secara bersama-sama atau simulasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Lor-In Di Solo.

Data penelitian ini, penulis menggunakan data dalam bentuk angket. Menggunakan 20 konsumen sebagai responden dengan mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebesar 65% dan minoritas perempuan sebesar 35%. Usia responden mayoritas berusia 15-30 tahun sebesar 45% , usia 30-45 tahun sebesar 25%, usia 46-50 tahun sebesar 30%. Dan tingkat pendidikan responden mayoritas SLTA sebanyak 5 orang atau 25%, D3 sebanyak 7 orang atau 35%, S1 sebanyak 8 orang atau 40%.

Masing-masing pernyataan dari setiap variabel adalah valid. Maka instrumen pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel adalah instrumen yang tepat dan benar.

Dan dari uji determinasi Nilai R Square 0.892 atau 89,2% menunjukkan sekitar 89,2% variabel kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh fasilitas (X). Sementara sisanya sebesar 10,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan tentang Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan yang dilaksanakan dengan cara memberikan angket kepada 20 orang responden dapat dilihat dengan uji t nilai $12.200 > 2.093$ dengan sig $0,000 < 0,05$ menunjukkan H_0 diterima. Berdasarkan uji Determinasi Nilai R Square 0.892 atau 89,2% menunjukkan sekitar 89,2% variabel kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh fasilitas (X). Sementara sisanya sebesar 10,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Maka penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan sebesar 0.892 atau 89,2% terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saudara Syariah Medan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan maka selanjutnya penulis memberikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang disampaikan adalah:

1. Bagi Hotel Saudara Syariah Medan perlu meningkatkan pelayanan agar menjadi menjadi lebih baik, kualitas pelayanan yang maksimal dari karyawan Hotel Saudara Syariah Medan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Hotel Saudara Syariah Medan.
2. Bagi Hotel Saudara Syariah Medan penelitian ini menunjukkan nilai yang positif antara fasilitas dengan kepuasan konsumen. Berarti jika fasilitas terus ditingkatkan dalam Hotel Saudara Syariah Medan maka kepuasan konsumen juga dapat meningkat.

3. Bagi Hotel Saudara Syariah Medan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar lebih baik lagi, sehingga tujuan Hotel Saudara Syariah Medan dapatb Tercapai dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, T. *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: Pt. Raja Grafindo, 2005
- Assauri, S. *Strategic marketing*. Jakarta: pt. Raja grafindo, 2012
- Azwar, S. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: pustaka pelajar, 2003
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006
- Budiyanto dan Yunus. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal ilmu & Riset Manajemen Vol.3 No. 12, 2014
- Dewi Prastowo Darminto dan Aji Suryo. *Analisis Laporan Keuangan Hotel*. Yogyakarta: Andi, 2002
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategi (Mengupas pemasaran starategik, barding Strategy, costomer satisfaction, strategik kompetitif, hingga e- marketing)*. Yogyakarta: Andi, 2012
- G.Sevilla,Consuelo et. Al. *Research Methods*. Quenzon City: Rex Printing Company, 2007
- Hanifah, S, A. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Silam*. Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, 2015
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan(Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis)*. Jakarta: Erlangga, 2011
- Jasfar, F. *Teori Dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa (SDM, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan)*. Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Juliandi, Azuar, et al *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: umsu press, 2015
- Martoatmodjo, M.T. *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol 3, No 8, 2014
- Philip Kotler dab Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Principles Of Merketing*. Jakarta: Kosasih Iskandaesyah, 1997

- Philip Korler dan Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisi, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Salemba Empat, 1999
- Rahman, M.R. *Pengaruh Pelayanan, Citra, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lor-In Di Solo*, 2015
- Riswardani, Y.T. *Pengaruh Fasilitas, Biaya Dan Promosi Daya Saing*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol 8, 2013
- Saifuddin, Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2003
- Schroeder, R.G. *Manajemen Operasi (Pengembalian keputusan dalam Suatu Fungsi Operasi Edisi 3*. Jakarta: Erlangga, 1994
- Soewedji, Y. *Pengantar Metode penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012
- Sugiono. *Metode penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008
- Sugiono. *Penelitian kuantitatif kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2010
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1999
- SPSS, Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro, 2001
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012
- Umar, H. *Metode Riset Bisnis*.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003