

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*

Oleh:

M. NUR LAIL HAJ IRAWANSYAH

1405160544



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : M. NUR LAIL HAJ IRAWANSYAH
NPM : 1405160544
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/IESP/
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, Januari 2018

Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 Telp. (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 26 Maret 2018, pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya :

MEMUTUSKAN

Nama : M. NUR LAIL HAJIRAWANSYAH
N P M : 1405160544
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN

Dinyatakan : (B/A) Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II


HANIFAH JASIN, SE, M.Si


SUSI HANDAYANI, SE, M.M

Pembimbing


Ir. ALRIDIWIRSYAH, M.M

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


H. PANURI, SE, MM, M.Si


ADE GUNAWAN, SE, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : M. NUR LAIL HAJ IRAWANSYAH
N.P.M : 1405160544
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

Ir. ALRIDIWIRSYAH, MM

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si

H. JANURI, SE, MM, M.Si





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : M. NUR LAIL HAJ IRAWANSYAH
N.P.M : 1405160544
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
12/02/2018	Draft skripsi		
14/03/18	- Absen - Letak penyusunan - Daftar Isi - Daftar tabel, gambar - Letak belah ketupat - Identifikasi masalah - Landasan teori: - Letak dan penempatan & signature tidak sederhana		perbaikan suplemen!
	- Waktu dan tempat penelitian - penulisan tabel-tabel - Urutan tabel - penyusunan letak margin pada pembahasan / uraian libat hal 3 & 4 di bagian tengah		
16/3/18	ace		

Pembimbing Skripsi

Ir. ALRIDIWIRSYAH, MM

Medan, 2018
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

ABSTRAK

M. NUR LAIL HAJ IRAWANSYAH (1405160544). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan. Skripsi, 2018.

Kepuasan konsumen/pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang ditimbulkan karena membandingkan kinerja yang dihasilkan produk (hasil) terhadap ekspektasi atau harapan mereka. Faktor penentu kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan dan fasilitas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Garuda Plaza Hotel Medan secara simultan.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang untuk menikmati jasa di Garuda Plaza Hotel Medan, dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling* dimana pengambilan sampel diambil secara kebetulan, dengan catatan bahwa sampel yang digunakan akan dijadikan objek sesuai untuk diteliti. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan kuisioner dengan uji validitas dan reabilitas. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisa regresi berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Hasil analisa dengan alat bantu SPSS versi 23.0 diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 1.468 + 0.068 X_1 + 0.063 X_2$. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} 8,693 > t_{tabel} 1,984$ dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$ dan variabel fasilitas juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan $t_{hitung} 5,961 > t_{tabel} 1,984$ dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Pada uji F terlihat bahwa $F_{hitung} 124,844 > F_{tabel} 3,09$ dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan failitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan sekitar 71,4% variabel kepuasan konsumen (Y) di pengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2). Sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kita hanyalah menjadi hak Allah SWT. Tuhan yang telah mengkaruniai nikmat akal dan hati kepada manusia sehingga dapat berfikir dan merasakan segalanya, satu dari sekian banyak nikmat-Nya adalah keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi sebagai tugas dalam meraih Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Serta shalawat dan salam dihadiahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan kealam yang terang benderang.

Kepada kedua orang tua saya, Bapak Thendri Irawan dan Ibu Tunisah, Kakak dan abang saya dan keluarga besar saya yang telah memberikan pengertian, perhatian, kasih sayang serta doa yang sangat memicu dan memotivasi saya sehingga dapat memperoleh keberhasilan kesarjanaan untuk memulai jalan kehidupan menuju kesuksesan.

Skripsi ini berjudul :”Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan”. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan sebuah karya sederhana ini tidaklah terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil. Oleh karena itu, izinkanlah dengan segenap hati, penulis menuturkan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak diantaranya :

1. Bapak Dr Agussani MAP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak H. Januri, S.E., M.M. , M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Ade Gunawan, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si. Selaku Wakil Dekan III dan Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jasman Syaripuddin, S.E.,M.Si Selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Ir. Alridiwirsa, M.M Selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan kemudahan dan meluangkan waktunya memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis.
7. Bapak/Ibu pimpinan juga seluruh staff dan karyawan Garuda Plaza Hotel Medan yang telah memberikan izin tempat dan waktu dalam pengambilan data sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Buat teman-teman kelas B manajemen stambuk 2014 terutama sahabat-sahabat saya Pija Faurika, Mustakim, Dicky Kurniawan, Dicky Eka yang selalu membantu dan mendukung saya sehingga dapat memperoleh keberhasilan keserjanaan.

Seiring do'a dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis serta dengan menyerahkan diri kepadanya seraya mengharapkan ridhonya dan dengan segala kerendahan hati penulis menyerahkan skripsi ini yang jauh dari kesempurnaan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, dan penulis juga berharap masukan yang konstruktif guna perbaikan dimasa yang akan datang. Tidak dapat kiranya penulis membalas semua bantuan dan kebaikan yang telah diberikan, penulis berharap semoga Allah SWT dapat membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua aamiin.

Medan, Maret 2018

Penulis

M. Nur Lail Haj I

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan dan Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Uraian Teoritis	7
1. Kepuasan Pelanggan	7
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	7
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	8
c. Manfaat Kepuasan Pelanggan	10
d. Indikator Kepuasan Pelanggan	11
2. Kualitas Pelayanan	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	13

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
c. Indikator Kualitas Pelayanan	15
3. Fasilitas	17
a. Pengertian Fasilitas	17
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas	18
c. Indikator Fasilitas	20
B. Kerangka Konseptual	21
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	22
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	22
C. Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Defenisi Variabel Penelitian	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian	26
D. Populasi dan Sample Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Deskripsi Hasil Penelitian	40
2. Karakteristik Responden	41

3. Deskripsi Variabel Penelitian	42
4. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heterokedasitas	51
5. Uji Regresi Linear Berganda	52
6. Uji Hipotesis	53
a. Uji t (Uji Parsial)	53
b. Uji F(Uji Simultan)	54
c. Koefisien Determinasi	55
B. Pembahasan	57
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	57
2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	57
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Hotel Berbintang di Medan	2
Tabel 3.1 Indikator Kepuasan Pelanggan	25
Tabel 3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	25
Tabel 3.3 Indikator Fasilitas	26
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	27
Tabel 3.5 Skala Likert	28
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	30
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	31
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	32
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.1 Skala Likert	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4 Penyajian Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	43
Tabel 4.5 Penyajian Data Variabel Fasilitas (X2)	45
Tabel 4.6 Penyajian Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	47
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.9 Hasil Uji T	53
Tabel 4.10 Hasil Uji F	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi X1 X2 dan Y	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	8
Gambar 2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Output SPSS Normal P-Plot	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan berlomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya, dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Dalam mempertahankan pangsa pasar, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkannya. Pelanggan yang puas akan suatu jasa yang ditawarkan biasanya memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa pada waktu tertentu.

Salah satu perkembangan yang semakin ketat adalah perkembangan bisnis perhotelan. Persaingan bisnis hotel saat ini tampaknya semakin ketat, terbukti belakangan ini terus bermunculan hotel-hotel baru. Seperti perkembangan bisnis hotel yang terus mengalami perkembangan pesat, berikut daftar jumlah hotel berbintang 3 – 5 pada kota Medan.

Tabel 1.1**Jumlah Hotel Berbintang di Medan Tahun 2017**

Keterangan	Jumlah
Bintang 5	7 Hotel
Bintang 4	18 Hotel
Bintang 3	45 Hotel

Sumber : www.agoda.com/hotel (2017)

Garuda Plaza Hotel adalah hotel bintang 4 (empat) di pusat kota Medan yang memadukan konsep heritage dan modern yang harmonis dengan penerapan prinsip tersendiri dalam pengelolaannya.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah – tamahan dan ketrampilan staff / karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Armstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Di industri perhotelan, pengusaha juga dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat pelanggan untuk menginap di hotel mereka. Ada beberapa cara yang dilakukan diantaranya promosi, diskon, memasang iklan dari media cetak atau elektronik dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan adalah

memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan melalui pelayanan yang baik serta keramahtamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif dimata para konsumen.

Faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan konsumen karena fasilitas mempunyai peranan penting yang berhubungan dengan persepsi konsumen yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen dan penggunaannya tidak selalu dibayar.

Fasilitas yang memadai dan kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan oleh Garuda Plaza Hotel. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, maka konsumen akan meninggalkan hotel dan tidak akan kembali menggunakan jasa hotel tersebut.

Pada saat melakukan penelitian langsung di Garuda Plaza Hotel Medan, ditemukan beberapa permasalahan yang tampak baik itu pelayanan maupun fasilitas yang diberikan seperti koneksi jaringan wifi yang masih terlalu lambat dimana sulitnya konsumen untuk mengakses internet dan kebutuhan lainnya dan juga beberapa fasilitas lain seperti kebersihan kolam renang yang seakan terlihat tidak terlalu diperhatikan dimana terlihat lantai kolam yang kotor serta karyawan hotel yang kurang sigap dan kurang ramah terhadap konsumen saat memberikan pelayanan ataupun saat berpapasan dengan konsumen secara langsung.

Berkaitan dengan terjadinya fenomena tersebut membuat penulis tertarik melakukan penelitian dengan memilih judul sebagai berikut : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan hasil kunjungan awal, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi Garuda Plaza Hotel Medan sebagai berikut :

1. Fasilitas wifi yang cenderung terlalu lambat dan kolam renang yang terlihat kotor
2. Masih kurang nyamannya konsumen terhadap karyawan yang kurang sigap dan kurang ramah terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Penerapan fasilitas dan kualitas pelayanan yang ada belum sesuai dengan yang diharapkan

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, namun dalam penelitian ini, peneliti hanya membatasi penelitian pada beberapa hal yakni :

- a. Kualitas Pelayanan
- b. Fasilitas
- c. Waktu penelitian pada Tahun 2017 – 2018

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Plaza Hotel Medan ?
2. Adakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Garuda Plaza Hotel Medan ?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Garuda Plaza Hotel Medan ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Garuda Plaza Hotel Medan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Garuda Plaza Hotel Medan.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Garuda Plaza Hotel Medan.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini:

1. Bagi Garuda Plaza Hotel Medan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan Garuda Plaza Hotel Medan dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah yang berkaitan langsung dengan aspek pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

2. Bagi Peneliti

Sebagai pengembangan pola berfikir peneliti dalam bidang ilmu pemasaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen khususnya mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih banyak tentang Kepuasan konsumen dan menjadi inspirasi penelitian-penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Philip Kotler dan Kevin Lane (2006) mengemukakan, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap apa yang diharapkan.

Abdullah dan Tantri (2012, hal. 38), mengemukakan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

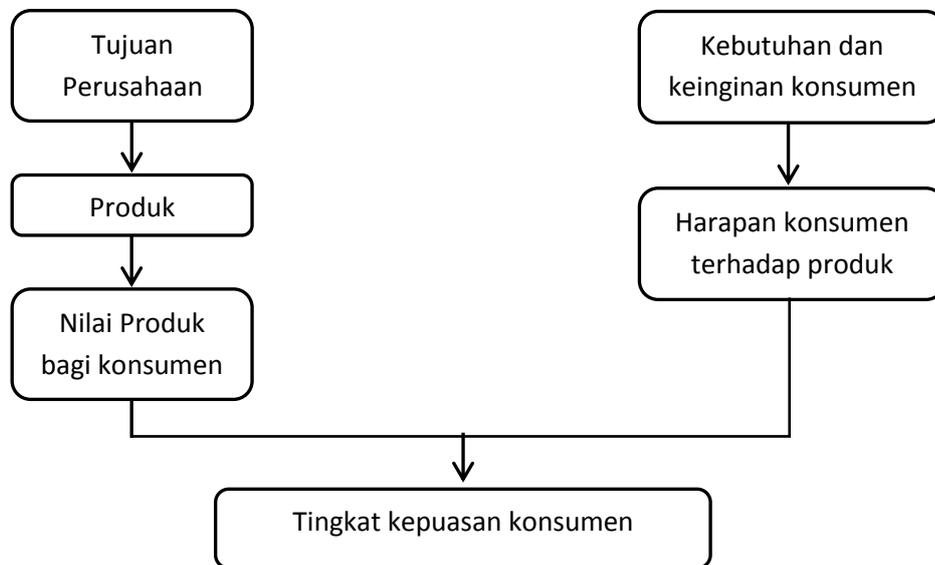
Tjiptono dan Chandra (2012, hal. 52), mengungkapkan, bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (out come) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi produk yang dibeli.

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen adalah tanggapan atau perasaan senang konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang konsumen rasakan dengan harapan konsumen, pada umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan konsumen terhadap apa yang akan mereka terima dalam mengkonsumsi produk

atau jasa, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang telah diterima setelah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut.

Secara konseptual kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar II.1 Konsep kepuasan pelanggan



Sumber : Tjiptono (2008)

b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dengan cara menyediakan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat atau pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014, hal. 53) untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

4. Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

5. Biaya dan Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Sentot (2010, hal.19) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Fitur produk dan jasa
2. Emosi pelanggan
3. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan

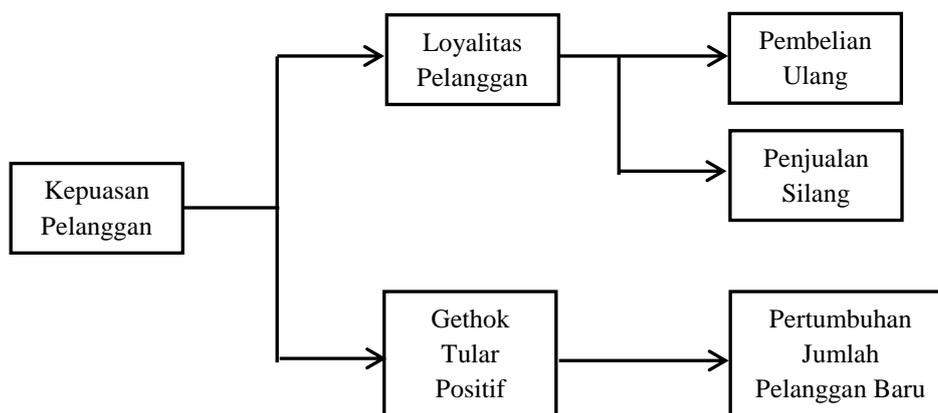
4. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan
5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja

c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan dan bagi konsumen itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2012, hal. 57) antara lain:

1. Dampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan terutama melalui pembelian ulang, cross-selling dan up-selling)
2. Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan.
3. Meningkatnya toleransi harga
4. Rekomendasi gethok tular positif

Gambar II.2 Manfaat kepuasan pelanggan



Sumber : Tjiptono (2012, hal. 57)

d. Indikator Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2002, hal. 45) ada beberapa metode yang dipergunakan perusahaan untuk melakukan serta mengukur kepuasan pelanggan.

1. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih keperusahaan lain dan tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut lagi.

2. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi.

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

a. Directly Reported Satisfaction

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

b. Derived Dissatisfaction

Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

c. **Problem Analysis**

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok, yaitu : masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. **Importance-Performance Analysis**

Dalam teknik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

3. **Belanja siluman (Ghost shopping).**

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya.

4. **Analisis pelanggan yang hilang (lost customer analysis)**

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain dan berharap

memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012, hal. 77) mengemukakan bahwa Kualitas Layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013, hal.216) bahwa: “kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan atau melebihinya sehingga membuat pelanggan merasa puas”

Khusaini (2016), menyatakan bahwa selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus disesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memperoleh kepemilikan apapun namun ada keinginan dari pihak yang memberikan penawaran agar apa yang diberikan dapat memberikan suatu kepuasan bagi pihak yang menerima.

Baik dan buruknya kualitas pelayanan tergantung dari persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menyesuaikan kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diinginkan konsumen. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian tergantung dari penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dihasilkan perusahaan, semakin kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau konsumen akan menjadi konsumen potensial. Namun apabila kualitas pelayanan yang diberikan mengecewakan konsumen, maka konsumen akan membeli produk/jasa dari perusahaan lain yang dirasa lebih memuaskan.

b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menekankan kepada aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen yang menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk mengalami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang memuaskan

Menurut Tjiptono (2012, hal. 185-186) terdapat delapan faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Sumber daya manusia, misalnya deskripsi pekerjaan, rekrutmen dan seleksi karyawan, pelatihan dan pengembangan.
2. Organisasi/struktur, meliputi integrasi atau koordinasi antar fungsi.

3. Pengukuran (measurement), yakni pengevaluasian kinerja dan pemantauan dan kepuasan pelanggan.
4. Pendukung system, yakni faktor teknis, computer, dan data base.
5. Layanan, meliputi nilai tambah, rentang dan kualitas pelayanan, memuaskan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.
6. Program, meliputi pengelolah keluhan pelanggan, alat-alat promosi/penjualan.
7. Komunikasi internal, terdiri atas prosedur dan kebijakan, serta umpan balik dalam organisasi
8. Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan membuat citra positif pelanggan.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi si penerima layanan tersebut dan pelayanan yang memberikan kepada konsumen tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya pada masa yang akan datang. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012, hal. 75) sebagai berikut :

1. Reliabilitas

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosis penyakit pasien dengan akurat.

2. Responsivitas

Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya, system reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.

3. Jaminan (*assurance*)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. Contohnya, mekanik dibengkel yang berpengetahuan dan berpengalaman luas.

4. Empati

Meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

5. Bukti fisik (*tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Contohnya, fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representative dibengkel.

3. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2008). Salah satu pendukung fasilitas yakni bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti layout, kondisi fasilitas, kelengkapan, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Menurut Wahyu (2013) Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor keputusan pembelian dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat

memudahkan pelanggan dalam beraktivitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang diberikan.

b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi fasilitas

Menurut Tjiptono (2016, hal. 94) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa menurut Tjiptono (2016, hal. 94) yaitu :

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain – lain.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.

4. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi dan menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek, misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekorasi interior.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

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

6. Biaya kontruksi dan operasi

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

c. Indikator Fasilitas

Menurut Hapsari (2011, hal. 23) fasilitas merupakan pelayanan fisik yang mendukung pelayanan non fisik. Sehingga fasilitas dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

1. Fasilitas fisik, berupa : kamar tidur, tempat duduk, meja, tempat makan, tempat karaoke, tempat ibadah, sarana olahraga, toilet dan lain sebagainya.
2. Fasilitas non fisik, berupa : udara yang bersih, musik, wifi dan lain-lain.

Adapun standar fasilitas fisik yang dimaksud adalah suatu fasilitas standar yang pasti dimiliki baik oleh hotel besar maupun hotel kecil. Fasilitas tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Area Parkir

Adanya tempat parkir dilingkungan hotel membuat tamu merasa nyaman menginap di hotel tersebut.

2. Lobby

Tempat menunggu bagi para tamu dalam menerima layanan dari resepsionis ataupun petugas hotel yang lain serta tempat bertemunya para tamu dengan rekan bisnisnya sebelum mengadakan pembicaraan secara lanjut.

3. Kamar

Sarana utama bagi dunia perhotelan, didalam kamar biasanya dilengkapi dengan :

- a. *Private bathroom*, kamar mandi
- b. *Bed*, tempat tidur
- c. *Wardrobe*, lemari pakaian

- d. *Body mirror*, cermin
- e. AC atau fan, tergantung besar kecilnya
- f. Lampu penerangan yang cukup
- g. Meja dan Kursi

Konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak akan meninggalkan perusahaan dan menjadi konsumen dari pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan unsur-unsur pokok dalam penelitian dimana konsep teoritis selanjutnya akan berubah kedalam definisi operasional yang dapat menggambarkan rangkaian variable yang akan diteliti.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat. Pelayanan tidak dapat mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan dan terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pelanggan. (Daryanto dan Setyabudi, 2014, hal. 136)

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan agar produk atau jasa

yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan kepuasan bagi pengguna jasa (Ginting,F,A 2016).

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler (2008, hal. 52) menyatakan bahwa “Salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan”.

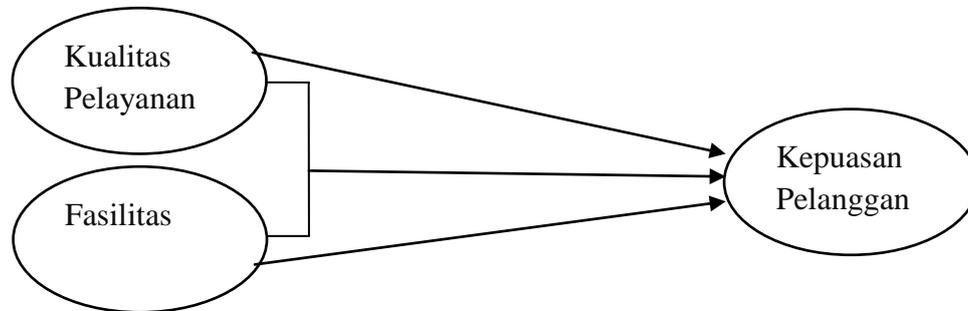
Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas (Dilla F, 2016)

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang tinggi serta kualitas pelayanan dengan indikator-indikator seperti tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas dan kualitas pelayanan dengan indikator-indikator seperti kecepatan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan pelayanan, ketepatan waktu dalam pelayanan, memahami kebutuhan konsumen, mengutamakan kepentingan konsumen, dan fasilitas yang diberikan (Abdullah dan Tantri, 2012, hal. 104).

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik akan dapat mendukung upaya peningkatan kepuasan pelanggan.

Gambar: II.3 Kerangka Konseptual



C. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori (Azuar Juliandi dkk, 2015;44). Dari uraian diatas, maka Kualitas Pelayanan dan Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, oleh karena itu hipotesis penelitian ini adalah:

- 1) Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan.
- 2) Adanya pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan
- 3) Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dipandang sebagai sesuatu yang bersifat konfirmasi dan deduktif, bersifat konfirmasi disebabkan karena metode penelitian kuantitatif ini bersifat menguji hipotesis dari suatu teori yang ada.

Azuar Juliandi dan Irfan (2015, hal. 12) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif permasalahan tidak ditentukan diawal, tetapi permasalahan ditemukan setelah peneliti terjun kelapangan dan apabila peneliti memperoleh permasalahan baru maka permasalahan tersebut diteliti kembali sampai semua permasalahan telah terjawab.

B. Definisi Variabel Penelitian

Defenisi Operasional Variabel diukur untuk mengetahui baik buruknya pengukuran pengukuran dalam suatu penelitian. Disamping itu defenisi operasional ini bertujuan utnuk melihat sejauh mana variasi dari faktor lainnya. Defenisi operasional skripsi ini adalah :

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan, Menurut (Kotler dan Lane, 2006).

Tabel 3.1
Indikator Kepuasan Pelanggan

No	Indikator
1	Sistem Keluhan dan Saran
2	Survei Kepuasan Pelanggan
3	Belanja Siluman (Ghost Shopping)
4	Analisis pelanggan yang hilang (lost customer analysis)

Sumber : Menurut (Kotler 2002, hal. 45)

2. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Tabel 3.2
Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator
1	Keandalan (<i>Reliability</i>)
2	Daya Tanggap (<i>Responsivitas</i>)
3	Jaminan (<i>Assurance</i>)
4	Empati
5	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)

Sumber : Tjiptono (2012, hal. 75)

3. Fasilitas (X_2)

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Tjiptono (2011, hal. 46)

Tabel 3.3
Indikator Fasilitas

Variabel	Indikator
Fasilitas X_2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas Fisik 2. Fasilitas Nonfisik

Sumber : Hapsari (2011, hal. 23)

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Garuda Plaza Hotel yang bergerak dalam bidang jasa perhotelan dan beralamat di Jl. Sisingamangaraja No. 18 Medan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada tanggal 5 Desember 2017 sampai dengan Maret 2018. Secara lebih terperinci untuk jadwal dan waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4
Jadwal Penelitian

No	Jenis Penelitian	Tahun 2017 – 2018																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Riset	■																			
2	Pengajuan Judul		■																		
3	Penyusunan Proposal			■	■																
4	Bimbingan Proposal					■	■														
5	Seminar Proposal									■											
6	Pengumpulan Data										■										
7	Pengolahan Data											■	■								
8	Penyusunan Skripsi													■	■						
9	Bimbingan Skripsi															■	■				
10	Sidang Meja Hijau																	■	■		

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Azuar Juliandi dan Irfan (2015, hal. 114) mengungkapkan bahwa populasi merupakan seluruh elemen atau unsur yang akan diamati atau diteliti. Maka Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang datang untuk menginap di Garuda Plaza Hotel Medan.

2. Sampel

Azuar Juliandi dan Irfan (2015, hal. 114) mengungkapkan bahwa sampel adalah wakil-wakil dari populasi yang ada. Maka pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *Accidental*

sampling/Convenience sampling, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan cara mencari objek yang akan diteliti atau objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti. Serta jumlah penarikan sampel ditentukan dengan metode *quota sampling* dengan jumlah sebesar 100 responden pada konsumen yang menggunakan jasa perhotelan di Garuda Plaza Hotel Medan. Karena apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel tidak dapat ditentukan dengan menggunakan rumus atau tabel penentuan jumlah sampel, oleh sebab itu sampel ditentukan jumlahnya menurut pertimbangan peneliti (Azuar Juliandi dan Irfan, 2015, hal. 62)

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Azuar Juliandi dan Irfan (2015, hal. 68) teknik pengumpulan data penelitian merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi peneliti.

1. Daftar Pertanyaan (*Questioner*)

Yaitu dengan membuat daftar pertanyaan dengan bentuk angket yang di ajukan kepada konsumen dengan menggunakan metode skala likert dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagaimana terlihat pada sample berikut

Tabel 3.5
Skala Likert

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1						
2						
3						
4						

Keterangan :	1. SS (Sangat Setuju)	= Skor "5"
	2. S (Setuju)	= Skor "4"
	3. N (Netral)	= Skor "3"
	4. TS (Tidak Setuju)	= Skor "2"
	5. STS (Sangat Tidak Setuju)	= Skor "1"

Sumber : Azuar Juliandi dan Irfan (2015, hal. 70)

Responden diminta untuk mengisi daftar pernyataan tersebut, kemudian memintanya untuk mengembalikannya kepada peneliti yang akan mengambil langsung angket tersebut di Garuda Plaza Hotel Medan. Agar hasil kuisioner dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, maka harus melewati uji validitas sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas instrument penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa instrument sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur (mendapatkan data) adalah valid. Prinsip validitas adalah kecermatan dan ketelitian. Instrument dinyatakan valid kalau mampu mengungkapkan data dengan tepat dan juga memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Pengujian validitas ini, sebelumnya instrument diuji coba pada objek penelitian. Salah satu cara untuk menguji validitas ini adalah korelasi total yakni mengkorelasikan skor-skor suatu item angket dengan totalnya.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan : r : Regresi

n : Jumlah Sample yang diteliti

x : Variabel X (Kualitas Pelayanan dan Fasilitas)

y : Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Langkah-langkah pengujian validitas dengan korelasi sebagai berikut :

- 1) Korelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan skor total variabelnya.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid.
- 3) Walaupun positif perlu pula nilai korelasi (r) tersebut diuji signifikan atau tidaknya.

Hasil uji validitas terhadap variable kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel – tabel berikut ini.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Nilai korelasi	Probabilitas	Keterangan
No Pertanyaan 1	.387 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 2	.421 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 3	.354 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 4	.743 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 5	.676 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 6	.437 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 7	.625 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 8	.457 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 9	.473 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid
No Pertanyaan 10	.398 (Positif)	0,000 < 0.05	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 3.6 diatas, setelah dilihat dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dan $N = 100$, dapat diketahui bahwa nilai korelasi dari masing-masing butir pertanyaan $>$ dari nilai r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) sebesar 0,196. Dan hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa item 1 sampai 10 dengan nilai probabilitas $< 0,005$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan dari masing-masing instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X1) dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian.

Hasil uji validitas terhadap variable fasilitas (X2) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

No	Nilai korelasi	Probabilitas	Keterangan
No Pertanyaan 1	.604 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 2	.540 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 3	.305 (Positif)	0,002 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 4	.621 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 5	.522 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 6	.569 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 7	.535 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 8	.327 (Positif)	0,001 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 9	.341 (Positif)	0,001 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 10	.598 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 3.7 diatas, setelah dilihat dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dan $N = 100$, dapat diketahui bahwa nilai korelasi dari masing-

masing butir pertanyaan $>$ dari nilai r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) sebesar 0,196. Dan hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa item 1 sampai 10 dengan nilai probabilitas $<$ 0,005. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan dari masing-masing instrumen variabel fasilitas (X2) dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian.

Hasil uji validitas terhadap variable Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Nilai korelasi	Probabilitas	Keterangan
No Pertanyaan 1	.742 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 2	.593 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 3	.477 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 4	.660 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 5	.509 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 6	.707 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 7	.251 (Positif)	0,012 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 8	.558 (Positif)	0,000 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 9	.263 (Positif)	0,008 $<$ 0.05	Valid
No Pertanyaan 10	.249 (Positif)	0,012 $<$ 0.05	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 3.8 diatas, setelah dilihat dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dan $N = 100$, dapat diketahui bahwa nilai korelasi dari masing-masing butir pertanyaan $>$ dari nilai r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) sebesar 0,196. Dan hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa item 1 sampai 10 dengan nilai probabilitas

< 0,005. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan dari masing-masing instrumen variabel kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel peneliti menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat keterpercayaan yang tinggi. Menurut Arikunto didalam bukunya Azuar Juliandi, dkk (2015;82) pengujian reliabilitas dengan cara yang lain salah satunya adalah dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma i^2} \right]$$

Dimana:

r : Reliabilitas Instrumen

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varians butir

σi^2 : Varians total

k : Banyaknya butir pernyataan

Kriteria pengujiannya:

Jika nilai koefisien reliabilitas alpha > 0,60 maka reliabilitas cukup baik.

Jika nilai koefisien reliabilitas alpha < 0,60 maka reliabilitas kurang baik

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	.664	10	Reliabel
2	Fasilitas	.662	10	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	.675	10	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Dari hasil penelitian SPSS diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas (X_1) nilai koefisien reliabilitas (cronbach alpha) adalah $0,664 > 0,6$. Variabel fasilitas (X_2) nilai koefisien reliabilitas (cronbach alpha) diatas adalah $0,662 > 0,6$. Dan untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) nilai koefisien reliabilitas (cronbach alpha) adalah $0,675 > 0,6$. Dari nilai koefisien yang dimiliki Variabel X_1 , X_2 dan Y dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang diuji reliabilitas dapat dipercaya untuk dijadikan instrument penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan rumusan dibawah ini :

1. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari :

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat atau bebasnya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal plot. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Jika angka lebih besar dari 0,05, maka data mempunyai distribusi normal.
2. Jika angka signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data tidak mempunyai distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas demikian juga sebaliknya. Dalam penelitian ini multikolinieritas menggunakan toleran dan VIF (*Varians Information Factor*).

Kriteria pengujian yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai VIF diangka 1 atau memiliki toleransi mendekati 1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
- 2) Jika koefisien antara variabel bebas kurang dari 0,10 maka menunjukkan adanya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi telah terjadi ketidaknyamanan *varians* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui grafik *scatterplot*. Suatu model regresi dikatakan tidak ada heteroskedastisitas apabila grafik *scatterplot* terlihat bahwa tidak adanya pola yang jelas, secara titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

2. Regresi Linier Berganda

Analisis Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk arah variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan regresi linier berganda dengan teknik kuadrat terkecil biasa untuk mencari arah pengaruh variabel-variabel bebas dengan variabel terikat apakah berpengaruh positif atau negatif. Model analisis regresi linier berganda untuk ini dapat dirumuskan dengan formula.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y : *Kepuasan Pelanggan*

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien beta dan Variabel bebas

X_1 : *Kualitas Pelayanan*

X_2 : *Fasilitas*

e : *Error of the Estimate*

Model persamaan regresi tersebut digunakan untuk menjelaskan arah hubungan dan variabel X_1 dan X_2 terhadap *Kepuasan pelanggan* apakah berslope positif atau negatif. jika harga koefisien beta (B_1 dan B_2) dari variabel bebas X_1 dan X_2 bernilai positif, maka *Kepuasan pelanggan* akan semakin tinggi (bertambah), sebaliknya jika harga koefisien beta bernilai negatif maka *Kepuasan pelanggan* akan semakin rendah (berkurang).

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel terikat. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X_1) secara individual terdapat hubungan yang parsial atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

n = jumlah data populasi

Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

- 1) $H_0: r_i = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).
- 2) $H_0: r \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan $\alpha = 5\%$ $df = n - ks$

H_0 diterima jika : $t_{tabel} < t_{hitung}$ H_a diterima jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji F (uji simultan)

Uji statistik f (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau hipotesis kedua. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significane level* taraf nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengujian hipotesis yaitu:

$H_0: B=0$: artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_0: B \neq 0$: artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hubungan variabel dependen memiliki kebermaknaan dengan variabel independen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Data dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikan koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian. Untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan variabel X_1, X_2 , terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan digunakan uji determinasi dengan rumus :

$$D = r_{xy}^2 \times 100\%$$

Dimana:

D : Koefisien determinasi

R : R square

100% : Presentase kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 pertanyaan untuk variabel X1, 10 pertanyaan untuk X2 dan 10 pertanyaan untuk Y, dimana variabel X1 adalah kualitas pelayanan, variabel X2 adalah fasilitas dan yang menjadi variabel Y adalah kepuasan pelanggan. Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 100 pengunjung sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel checklist, dimana setiap pertanyaan mempunyai lima opsi dan bobot penilaian sebagai berikut :

Tabel 4.1
Skala Likert

Pernyataan	Bobot 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 variable bebas kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan variable terikat Kepuasan pelanggan (Y).

2. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui identitas responden maka dapat dilihat dari karakteristik responden berikut ini :

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi (%)
1	Laki – laki	62	62 %
2	Perempuan	48	48 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data Penelitian (diolah 2018)

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 62 orang (62%) dan perempuan sebanyak 48 orang (48%). Hal ini disebabkan karena pada waktu penyebaran angket lebih banyak ditemukan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

b. Kelompok Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentasi (%)
1	20 – 30	15	15 %
2	31 – 40	38	38 %
3	41 – 50	36	36 %
4	> 50	11	11 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data Penelitian (diolah 2018)

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar usia responden dalam penelitian dengan yang terbanyak yang berusia 31 – 40 tahun 38 orang (38%), dan yang paling sedikit pada usia lebih dari 50 tahun 11 orang (11%). Berdasarkan data diatas diketahui bahwa konsumen yang paling dominan berada pada usia 31 – 40 tahun, hal ini dikarenakan konsumen pada tingkat usia tersebut lebih mapan dalam bidang financial dan lebih dikarenakan adanya kegiatan dari perusahaan tempat mereka bekerja yang harus memungkinkan mereka menginap dihotel tersebut.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Variable dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Deskripsi dari setiap pertanyaan akan menampilkan opsi jawaban dengan penilaian skala likert pada setiap responden terdapat item pertanyaan yang diberikan kepada responden penelitian.

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variable kualitas pelayanan yang penulis sajikan dalam bentuk tabel tabulasi berikut ini.

Tabel 4.4
Penyajian Data Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

No Pert	Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	30	30	49	49	21	21	0	0	0	0	100	100
2	19	19	53	53	28	28	0	0	0	0	100	100
3	31	31	46	46	23	23	0	0	0	0	100	100
4	33	33	48	48	19	19	0	0	0	0	100	100
5	27	27	42	42	31	31	0	0	0	0	100	100
6	29	29	58	58	13	13	0	0	0	0	100	100
7	24	24	52	52	24	24	0	0	0	0	100	100
8	20	20	53	53	27	27	0	0	0	0	100	100
9	35	35	52	52	13	13	0	0	0	0	100	100
10	28	28	51	51	21	21	0	0	0	0	100	100

Sumber : data primer (data dioalah olah melalui kuisisioner)

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 49% setuju tentang pernyataan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sangat baik.
2. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 53% setuju tentang pernyataan pelayanan prosedur penerimaan pelanggan dilakukan dengan segera dan akurat.
3. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 46% setuju tentang pernyataan karyawan dan staf memperhatikan keluhan pelanggan.

4. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 48% setuju tentang pernyataan ketanggapan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan sangat memuaskan
5. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 42% setuju tentang pernyataan pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan rasa nyaman yang baik yang dirasakan oleh pelanggan.
6. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 58% setuju tentang pernyataan pihak hotel memberikan jaminan atas cita rasa masakan yang halal dan nikmat.
7. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 52% setuju tentang pernyataan keaktifan karyawan dan staf dalam meluangkan waktu untuk berkomunikasi dengan pelanggan sangat baik
8. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 53% setuju tentang pernyataan sikap karyawan dan staf dalam menghargai setiap tamu yang menginap dapat diandalkan.
9. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 52% setuju tentang pernyataan penampilan fisik hotel menarik secara visual
10. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 51% setuju tentang pernyataan peralatan menginap dan fasilitas cukup lengkap

b. Variabel Fasilitas (X₂)

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variable fasilitas yang penulis sajikan dalam bentuk tabel tabulasi berikut ini.

Tabel 4.5
Penyajian Data Variabel Fasilitas (X₂)

No Pert	Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	28	28	53	53	19	19	0	0	0	0	100	100
2	20	20	54	54	26	26	0	0	0	0	100	100
3	28	28	54	54	18	18	0	0	0	0	100	100
4	25	25	61	61	14	14	0	0	0	0	100	100
5	27	27	50	50	23	23	0	0	0	0	100	100
6	27	27	42	42	31	31	0	0	0	0	100	100
7	28	28	51	51	21	21	0	0	0	0	100	100
8	21	21	52	52	27	27	0	0	0	0	100	100
9	27	27	52	52	21	21	0	0	0	0	100	100
10	32	32	51	51	17	17	0	0	0	0	100	100

Sumber : data primer (data dioalah olah melalui kuisisioner)

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 53% setuju tentang pernyataan lobby hotel memberikan kesan nyaman bagi konsumen.
2. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 54% setuju tentang pernyataan perlengkapan kamar sudah memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 54% setuju tentang pernyataan desain fisik hotel dapat menarik minat konsumen.
4. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 61% setuju tentang pernyataan desain interior kamar hotel memberikan kesan nyaman bagi konsumen
5. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 50% setuju tentang pernyataan pihak fasilitas kolam renang sangat baik.
6. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 42% setuju tentang pernyataan pihak fasilitas parkir kendaraan memberikan rasa puas bagi konsumen .
7. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 51% setuju tentang pernyataan warna ruangan menimbulkan kesan rileks bagi konsumen.
8. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 52% setuju tentang pernyataan wangi yang diberikan pihak hotel pada kamar memberikan rasa nyaman.
9. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 52% setuju tentang pernyataan fasilitas yang ditawarkan pihak hotel dapat memenuhi kebutuhan konsumen (wifi,telepon dll)
10. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 51% setuju tentang pernyataan kondisi kualitas udara dilingkungan hotel memberikan kenyamanan bagi konsumen.

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variable kepuasan pelanggan yang penulis sajikan dalam bentuk tabel tabulasi berikut ini.

Tabel 4.6
Penyajian Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No Pert	Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	27	27	42	42	31	31	0	0	0	0	100	100
2	24	24	52	52	24	24	0	0	0	0	100	100
3	28	28	48	48	24	24	0	0	0	0	100	100
4	33	33	48	48	19	19	0	0	0	0	100	100
5	29	29	58	58	13	13	0	0	0	0	100	100
6	30	30	41	41	29	29	0	0	0	0	100	100
7	27	27	50	50	23	23	0	0	0	0	100	100
8	32	32	43	43	25	25	0	0	0	0	100	100
9	25	25	56	56	19	19	0	0	0	0	100	100
10	31	31	46	46	23	23	0	0	0	0	100	100

Sumber : data primer (data dioalah olah melalui kuisisioner)

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 42% setuju tentang pernyataan kualitas pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
2. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 52% setuju tentang pernyataan fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

3. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 48% setuju tentang pernyataan pelanggan akan menggunakan jasa garuda plaza hotel kembali setelah apa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan.
4. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 48% setuju tentang pernyataan pelanggan akan menyarankan kepada rekan dan kerabat untuk menginap di garuda plaza hotel.
5. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 58% setuju tentang pernyataan pelanggan telah mendapatkan jasa yang sesuai dengan harapan
6. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 41% setuju tentang pernyataan pelanggan tidak pernah kecewa dengan pelayanan yang diberikan.
7. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 50% setuju tentang pernyataan pelanggan selalu menggunakan jasa yang disediakan pihak hotel
8. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 43% setuju tentang pernyataan secara keseluruhan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan sudah dapat memuaskan pelanggan
9. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 56% setuju tentang pernyataan pelanggan diperlakukan secara istimewa oleh karyawan selama menggunakan jasa hotel tersebut
10. Jawaban responden yang terbanyak sebesar 46% setuju tentang pernyataan keramahan karyawan dan staf hotel sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

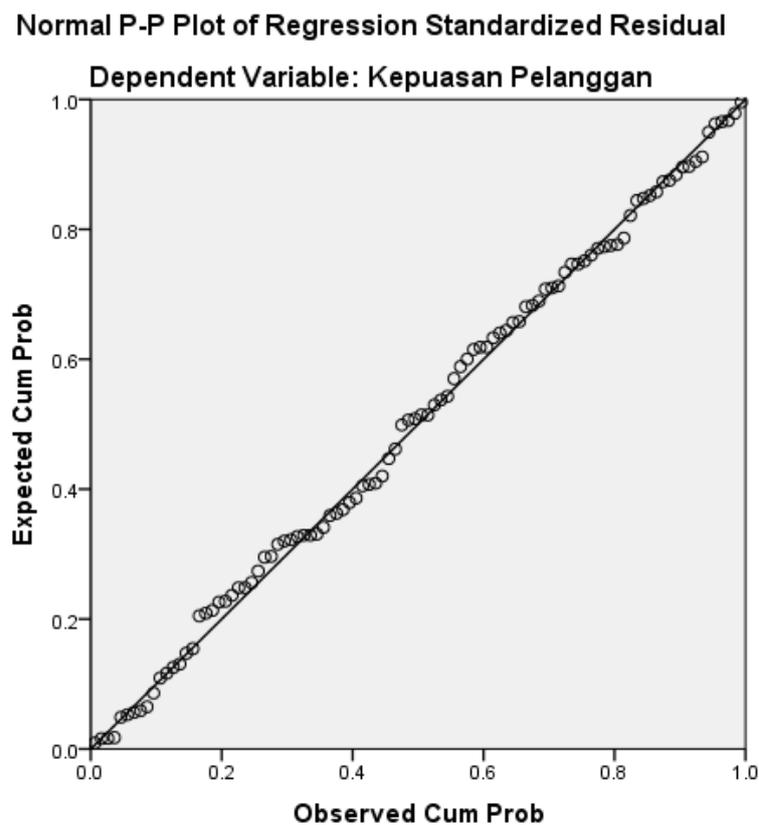
4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan uji normality plot dengan melihat grafik P-Plot. Dasar pengambilan keputusan yakni jika data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas yang dilakukan ditunjukkan oleh gambar berikut:

Gambar 4.1

Output SPSS Normal P-Plot



Sumber : Data Diolah, SPSS 2018

Pada gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa data terdistribusi merata disepanjang garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan sudah layak untuk dijadikan bahan dalam penelitian.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi signifikan antara variabel bebasnya. Jika terdapat gejala multikolinearitas relatif sempurna, maka penafsiran lewat kuadrat terkecil menjadi tak tertentu dan variansi serta standar deviasinya menjadi tak terdefiniskan. Hal tersebut menyebabkan meningkatnya penyimpangan mengenai ketepatan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Dari hasil analisis hipotesis diperoleh nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.680	1.471
	Fasilitas	.680	1.471

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

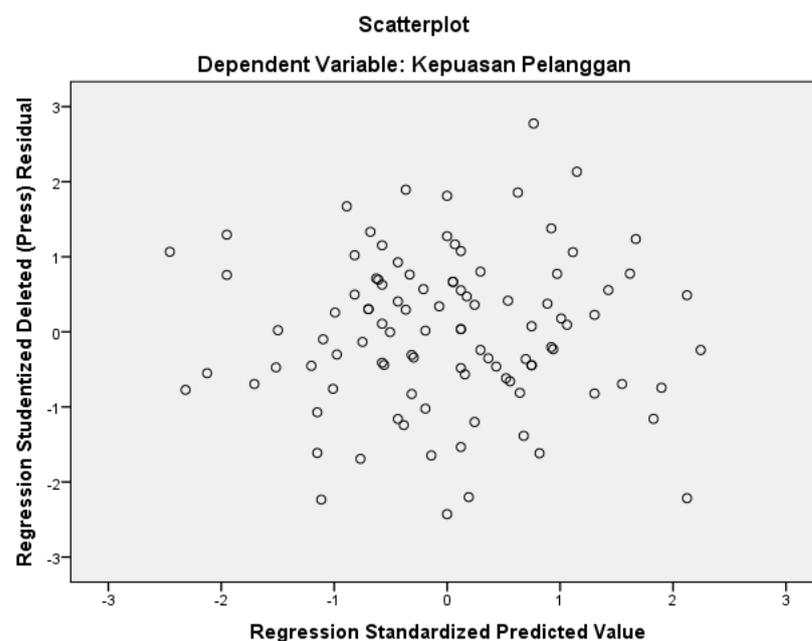
Berdasarkan Tabel 4.7 diatas diketahui bahwa nilai VIF untuk variable bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), sedangkan nilai tolerance-nya mendekati 1, dengan demikian terbebas dari asumsi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi telah terjadi ketidak nyamanan *varians* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui grafik *scatterplot*. Suatu model regresi dikatakan tidak ada heteroskedastisitas apabila grafik *scatterplot* terlihat bahwa tidak adanya pola yang jelas, secara titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi berganda pada penelitian terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variable bebas terhadap variable terikat. Berikut perhitungan regresi berganda antara variable bebas (X1), (X2) dengan variable terikat (Y), maka hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 23.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Koesfisien Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.468	2.483		.591	.556
	Kualitas Pelayanan	.588	.068	.566	8.693	.000
	Fasilitas	.374	.063	.388	5.961	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, maka dapat dilihat besarnya konstanta $\alpha = 1.468$ dan pada kolom kedua (*Unstandardized Coefficients*) bagian B diperoleh nilai bx_1 variabel kualitas pelayanan sebesar 0.068, nilai bx_2 variabel fasilitas sebesar 0.063, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 1.468 + 0.068 X_1 + 0.063 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jika segala sesuatu pada variable bebas dianggap tidak ada maka kepuasan pelanggan sebesar 1.468

- b. Jika terjadi penambahan atau kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0.068
- c. Jika terjadi penambahan atau kenaikan tingkat fasilitas sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0.063

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui dan mencari pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan fasilitas) secara individual mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,9845 (dengan melihat t tabel pada tingkat signifikansi 0,05). Dengan tingkat signifikansi 0,05 pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t-hitung dengan nilai t-tabel dengan kriteria keputusan adalah jika t-hitung < t-tabel H0 diterima atau H1 ditolak, dan jika t-hitung > t-tabel H0 ditolak atau H1 diterima.

Tabel 4.9
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.468	2.483		.591	.556
	Kualitas Pelayanan	.588	.068	.566	8.693	.000
	Fasilitas	.374	.063	.388	5.961	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dari variable kualitas pelayanan yaitu $8.693 > 1.984$ dan nilai signifikan untuk kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan demikian maka hipotesis diterima.
2. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dari variable fasilitas yaitu $5.961 > 1.984$ dan nilai signifikan untuk fasilitas sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga variable fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan demikian maka hipotesis diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik f (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (dependen), maka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	933.851	2	466.926	124.844	.000 ^b
	Residual	362.789	97	3.740		
	Total	1296.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 124.844. Nilai F_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} yang bernilai 3.09 yang diperoleh dari jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel yaitu $df_2 = n - k = 100 - 3 =$

97, dan jumlah variabel dikurang dengan 1, sehingga diperoleh $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$. Dan hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $123.844 > 3.09$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan berada diantara nol dan satu. Nilai yang kecil menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Data dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikan koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian.

Tabel 4.11

Hasil Uji Determinasi X_1 , X_2 dan Y

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.849 ^a	.720	.714	1.93393	.720	124.844	2	97	.000	1.835

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai R sebesar 0.849 berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 84.9% artinya hubungan antara variabel sudah kuat.
2. *Nilai Adjusted R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0.714 atau 71.4% yang menunjukkan kemampuan kualitas pelayanan dan fasilitas dalam menjelaskan variasi atau pengaruhnya pada kepuasan pelanggan sebesar 71.4% sedangkan sisanya sebesar 28.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
3. *Standard Error Of Estimated* (Standard deviasi) artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Dalam penelitian ini standard deviasinya sebesar 1.835. semakin kecil standard deviasinya berarti model penelitian semakin baik.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 8.693 > t_{tabel} 1.984$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan bertanda positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Plaza Hotel Medan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Lupiyoadi (2013, hal.216) bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan atau melibehinya sehingga membuat pelanggan merasa puas.

Hal ini didukung atau sejalan dengan hasil penelitian Fani Audrina (2017) yang menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} 5.961 > t_{tabel} 1.984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Garuda Plaza Hotel Medan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler (2008, hal. 52) bahwa Salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan.

Hal ini didukung atau sejalan dengan hasil penelitian Hapsari (2017) yang menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian membuktikan secara simultan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di Garuda Plaza Hotel Medan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Tingkat kepuasan pelanggan yang terdapat pada Garuda Plaza Hotel Medan sudah relatif baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sudah berada pada kategori baik. Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini nilai F_{hitung} sebesar 124.844. Nilai F_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} yang bernilai 3.09 yang diperoleh dari jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel yaitu $df_2 = n - k = 100 - 2 = 98$, dan jumlah variabel dikurang dengan 1, sehingga diperoleh $df_1 = k - 1 = 2 - 1 = 1$. Dan hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $123.844 > 3.09$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung atau sejalan dengan hasil penelitian Faradilla (2017) yang menyatakan ada hubungan positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data dan pembahasan sebelumnya diketahui bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan. Maka dapat ditarik kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan sampel 100 responden dengan perolehan nilai uji t_{tabel} 1.984 dan t_{hitung} sebesar 8.693 dapat diartikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8.693 > 1.984$) dari hasil tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang diambil dari 100 responden dengan diperoleh nilai uji t_{tabel} 1.984 dan t_{hitung} sebesar 5.961 dapat diartikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.961 > 1.984$) dari hasil tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y), berdasarkan sampel 100 responden dengan perolehan nilai F_{hitung} sebesar 124.844 dan F_{tabel} sebesar 3.09. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($124.844 > 3,09$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Garuda Plaza Hotel harus meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen yang akan menginap di Garuda Plaza Hotel, agar para konsumen lebih puas dengan pelayanan yang di berikan.
2. Garuda Plaza Hotel harus memperhatikan fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Misalnya dengan menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan terbuka dengan tambahan suara audio atau musik yang santai, sehingga menambah kenyamanan bagi pelanggan
3. Mengingat masih ada faktor lain seperti harga, fasilitas penjualan, promosi dan sebagainya, selain fasilitas dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Misalnya harga, fasilitas penjualan, promosi dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. Tantri, Francis. 2012. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta: PT Rajagrafindo persada.
- Arifin,Z. (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Kara Guest House Sragen*, Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Skripsi.
- Nel Arianty, Dkk (2015), *Manajemen Pemasaran*, Medan, Perdana Publishing.
- Azuar Juliandi dan Irfan (2015), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Medan, UMSU PRESS.
- Daryanto dan Setyabudi (2014), *Konsumen dan pelayanan prima*, Yogyakarta. Penerbit Gava Media.
- Dilla, F, (2017), *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ahaas Honda Motor Pt. Supra Jaya Abadi* , Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Skripsi.
- Ginting,F,A, (2017), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Honda Idk 1 Adam Malik*, Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatera UtarA, Skripsi.
- Hapsari, R, (2011), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas fisik dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Semesta Semarang*, Semarang, Universitas Negeri Semarang, Skripsi.
- Khusaini,A (2016), *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta*, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, Skripsi
- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium 1. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip (2006), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lubis, M, S, (2013), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping*, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol 1, No 2, Mei 2013:77-85

Lupiyoadi rambat. 2013. *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat Edisi 3

Sentot, (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Ghara Ilmu. Yogyakarta.

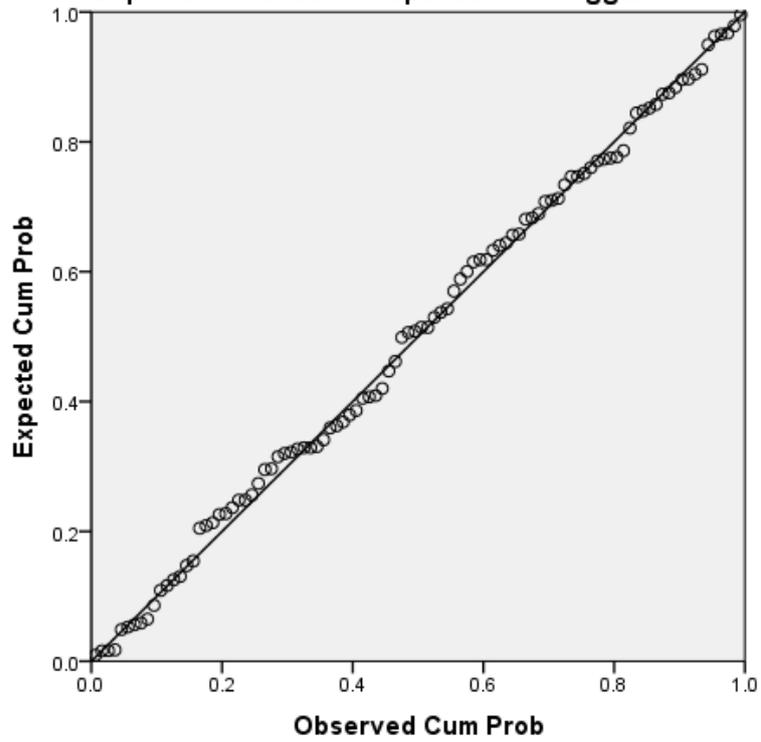
Srijani, Ninik (2017), *Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center*, Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA Vol. 7, Maret 2017, Hal 31 – 38.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, (2008) . *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, (2012) . *PEMASARAN STRATEGIK Mengupas Pemasaran Strategik, Branding, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*, Edisi 2, Yogyakarta: ANDI.

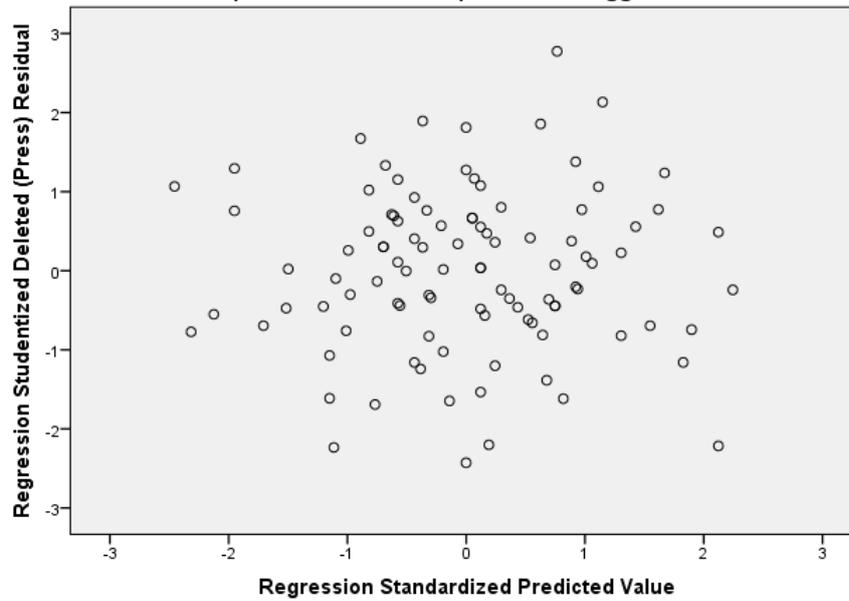
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.680	1.471
	Fasilitas	.680	1.471

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.468	2.483		.591	.556
	Kualitas Pelayanan	.588	.068	.566	8.693	.000
	Fasilitas	.374	.063	.388	5.961	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.468	2.483		.591	.556
	Kualitas Pelayanan	.588	.068	.566	8.693	.000
	Fasilitas	.374	.063	.388	5.961	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji F (Simultan)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	933.851	2	466.926	124.844	.000 ^b
	Residual	362.789	97	3.740		
	Total	1296.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.849 ^a	.720	.714	1.93393	.720	124.844	2	97	.000	1.835

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan