

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL INTERNASIONAL
SIBAYAK BERASTAGI**

SKRIPSI

OLEH :

**PUTRY RIZKY SUHARTINI BR. TARIGAN
NPM: 14.832.0055**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2018

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Hotel Internasional Sibayak
Berastagi
Nama : PUTRY RIZKY SUHARTINI BR. TARIGAN
NPM : 14.832.0055
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi
Pembimbing



Adelina Lubis, SE, M.Si
Pembimbing I



Eka Dewi Setia Tarigan SE, M.Si
Pembimbing II



Dr. Hasan Effendi, SE, M.Si
Dekan



Adelina Lubis, SE, M.Si
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 23 Mei 2018

Abstrak

Pengaruh kualitas pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh kualitas pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi sebanyak 300 konsumen. Dan dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden diambil dari sebagian populasi.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar 5.284 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.665 dengan probabilitas t yakni sig 0,000 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Pada variabel fasilitas sebesar 6.797 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.665 dengan probabilitas t yakni sig 0,000 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05, maka variabel fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji F maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 97.149 > 3.12 dengan sig $0,000 < \alpha_{0,05}$, menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti kualitas pelayanan dan fasilitas secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,722. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) = $R^2 \times 100\%$, sehingga diperoleh KD = 72,2%. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 72,2% kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas. Sisanya sebesar 28,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

Abstract

The Influence of Service Quality and Facilities To Customer Satisfaction At International Hotel Sibayak Berastagi

This study aims to determine the "Influence of Service Quality and Facilities Against Customer Satisfaction At International Hotel Sibayak Berastagi". This type of research is associative is a research that is asking the relationship between two variables. The population in this study is all consumers at International Hotel Sibayak Berastagi as many as 300 consumers. And by using the slovin formula technique, then the number of samples in this study as many as 75 respondents taken from some population.

Based on t test results can be seen that t arithmetic on service quality variables of 5.284 is greater than t table of 1665 with probability t ie sig 0.000 smaller than the limit of significance of 0.05. Based on these values, the quality of service variables have a positive and significant impact on customer satisfaction variables. At facility variable equal to 6,797 bigger than t table equal to 1,665 with probability t that is sig 0,000 smaller than limit of significance equal to 0,05, then facility variable partially have positive and significant influence to variable of consumer satisfaction Based on result of F test it is got value of Fhitung $97,149 > 3.12$ with sig $0,000 < \alpha 0,05$, shows H_0 rejected and H_a accepted, means the quality of service and facilities simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction variable. The value of R Square obtained is 0.722. To see the great influence of independent variables on the dependent variable by calculating the coefficient of determination (KD) = $R^2 \times 100\%$, so obtained KD = 72.2%. This figure shows that 72.2% of customer satisfaction (dependent variable) can be explained by the quality of service and facilities. The remaining 28.8% is influenced by other factors not described in this study.

Keywords: Service Quality, Facilities, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil ‘Alamin, dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul yang penulis angkat dalam skripsi ini adalah “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Internasional Berastagi.**

Perlu kita ketahui tujuan utama dari penulisan skripsi ini tiada lain adalah sebagai salah satu syarat kelulusan dalam pendidikan Strata I serta untuk menambah wawasan, pengetahuan lebih jauh dalam bidang ilmu manajemen, pengalaman bagi penulis yang mungkin akan di implemantasikan dan menjadi bekal penulis di kemudian hari ketika memasuki dunia kerja.

Sesungguhnya laporan ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, Msi., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya membimbingpenulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berkomunikasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan SE, Msi., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan yang berkomunikasi dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si selaku sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam setiap urusan berhubungan dengan skripsi ini.
7. Kepada Ayahanda T.A Tarigan dan (Almh) Ibunda Darmawani Harahap yang tercinta dimana karena doa, usaha, semangat, ajaran dan motivasi dari mereka berdua sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Abangnda Erwin SahPutra Tarigan dan Andi Yanta Sahputra Tarigan yang telah membantu, memberikan dorongan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Temen-temen Saya Ayla Ramadani, Hazizah, Lisda Sagala, Andreas Banjar Nahor, Bima R Arios, Jeffry Sitinjak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman – teman stambuk 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Buat Pacar Saya Muhammad Surya Bima Witarsa yang telah memberi motivasi dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam Skripsi ini jauh dari sempurna, hal ini dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, oleh karena itu dimasa mendatang akan lebih baik. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar – besarnya atas segala kekurangan dan penulis juga berharap mudah – mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Medan, Maret 2018

Penulis,

Putry Rizki Tarigan

148320055

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian	7
1.4.Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORITIS	9
2.1.Kualitas Pelayanan	9
2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2.1.2. Jenis-jenis Kualitas Pelayanan	11
2.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.2.fasilitas	
2.2.1. Pengertian Fasilitas	14
2.2.2. Unsur-unsur Fasilitas	15
2.2.3. Indikator Fasilitas	16
2.3.Kepuasan	
2.3.1. Pengertian Kepuasan	17
2.3.2. Peranan Kepuasan	18
2.3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan	19
2.3.4. Indikator kepuasan	21
2.4.Penelitian Terdahulu	22
2.5.Kerangka Konseptual	23
2.6.Hipotesis	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
3.1.Jenis, Lokasi, Dan Waktu Penelitian	25
3.1.1. Jenis Penelitian	25
3.1.2. Lokasi Penelitian	25
3.1.3. Waktu Penelitian	25
3.2.Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	26
3.3.Defenisi Operasional	28
3.4.Jenis dan Sumber Data	29
3.5.Teknik Pengumpulan Data	30
3.6.Teknik Analisis Data	31
3.6.1. Uji Validitas dan Realibilitas	31
3.6.2. Uji Statistik	32
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	32
3.6.4. Uji Hipotesis	33
3.6.5. Koefisien Determinasi	34

BAB IV: PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	34
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.2. Struktur Organisasi Hotel Internasional Sibayak ..	37
4.1.3. Penyajian Data Responden	40
4.1.4. Penyajian Data Angket Responden	41
4.2. Pembahasan	
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas	46
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	49
4.2.3. Uji Statistik	54
4.2.4. Uji Hipotesis	56
4.2.5. Koefisien Determinasi	57
4.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian	58

BAB V: KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul/Teks	Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel III.1	Rincian Waktu Penelitian	26
Tabel III.3	Operasional variabel	27
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel IV.2	Usia Responden	41
Tabel IV.3.	Tabulasi Data Responden Variabel Semangat Kerja (X1) ..	43
Tabel IV.4	Tabulasi Data Responden Variabel Promosi Jabatan (X2).	44
Tabel IV.5	Tabulasi Data Responden Variabel Kinerja (Y).....	46
Tabel IV.6	Estimasi Uji Validitas	48
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y	49
Tabel IV.8	Uji Multikononlinearitas.....	53
Tabel IV.9	Analisis Linear Berganda.....	55
Tabel IV.10	Uji Parsial (Uji t).....	56
Tabel IV.11	Uji Simultan (Uji F).....	58
Tabel IV.12	Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul/Teks	Halaman
Gambar II.1	Kerangka Konseptual.....	24
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	36
Gambar IV.2	Histogram.....	51
Gambar IV.3	Normal <i>Probability Plot</i>	52
Gambar IV.4	Grafik <i>scatterplot</i>	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Perubahan teknologi informasi yang berkembang cepat, mengharuskan berbagai perusahaan dapat memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai kebutuhan atau keinginan pelanggan, sehingga pelanggan puas dan akan bertahan berlangganan. Untuk menjawab masalah tersebut, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dalam pemasaran modern, paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang.

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2008). Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang di belinya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan yang ingin dicapai oleh pelanggan tersebut. Apabila pelanggan telah merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka pelanggan tersebut akan selalu tetap memakai produk yang ditawarkan perusahaan dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi, yang menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Jadi, apabila pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan tersebut akan kembali membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dasar pelanggan tersebut enggan membeli kepada produk perusahaan lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan produk perusahaan tersebut. Dan bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan mempromosikan produk tersebut secara tidak langsung kepada konsumen lainnya. Pembelian ulang serta promosi secara tidak langsung ini, tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan yang akhirnya juga meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

Suatu pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menerima pelayanan karena pada dasarnya suatu pelayanan berkualitas akan selalu terkait dengan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan standarisasi yang ada di setiap perusahaan, yakni

bagaimana para birokrat menunjukkan suatu sikap pelayanan atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara baik dan memuaskan. Suatu pelayanan dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi harapan para pelanggan sehingga menjadi tugas para penyedia dan pemberi jasa, dalam hal ini para birokrat pelayanan yang di tuntun kemampuannya untuk dapat memenuhi harapan masyarakat sebagai pelanggan atas jasa tersebut.

Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan jasa perhotelan dapat menilai variabel mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan di mata konsumen. Selanjutnya perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut sepanjang waktu karena sangat mungkin terjadi prioritas pasar mengalami perubahan.

Selain kualitas pelayanan, Faktor fasilitas sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara umum dalam membedakan satu perusahaan jasa dengan yang lain yaitu dilihat dari seberapa besar perusahaan memberikan pelayanan seperti fasilitas dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Fasilitas yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan

merupakan dua faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan. Jika fasilitas diterima melampaui harapan pelanggan maka fasilitas dipersepsikan ideal, sebaliknya jika fasilitas yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka fasilitas dipersepsikan buruk, ini sangat menentukan dalam kepuasan konsumen.

Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Internasional Sibayak Berastagi bukan hanya dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas bar maupun restoran mewah untuk tujuan wisatawan. Dalam menghadapi hal tersebut ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mempergunakan jasa Hotel Internasional Sibayak Berastagi antara lain dimensi *tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, interior bangunan hotel dan penampilan karyawan hotel, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan hotel untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness*, meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance*, meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen. Kelima dimensi diatas dikembangkan oleh Parasuraman et. al. yang disebut SERVQUAL (*service quality*)

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya

adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subyektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati dan penulis lihat dilapangan, terdapat masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas Hotel Internasional Sibayak Berastagi di indikasikan pelayanan yang diberikan oleh room service cenderung lama, dan tamu hotel juga mengeluh dengan matinya air panas di kamar mandi para tamu. Berbagai keluhan yang muncul tersebut jelas dapat mengganggu kenyamanan konsumen Pada tingkat hunian kamar Hotel Internasional Sibayak Berastagi terjadi penurunan disebabkan faktor terjadinya perbedaan antara harapan tamu dengan kenyataan yang diterima tentang kualitas layanan pihak hotel. Jadi dapat dikatakan bahwa kepuasan layanan dapat dinilai berdasarkan persepsi konsumen. Tetapi dengan perubahan kondisi dan situasi tersebut, bukan merupakan suatu pukulan melainkan pemacu bagi bisnis perhotelan untuk meningkatkan hunian kamar dan memperhatikan berbagai fasilitas yang diperlukan oleh para tamu. Masalah dari penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kembali tingkat hunian Hotel Internasional Sibayak Berastagi fasilitas pelayanan yang kurang baik seperti ruangh tunggu yang kurang nyaman dan kamar mandi yang agak kurang bersih. Masalah utama sebagai

sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, Hotel Internasional Sibayak Berastagi dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat. Pihak dealer perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Maka dari permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.”**

1.2.Rumusan Masalah

- 1.2.1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi?
- 1.2.2. Apakah fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi?
- 1.2.3. Apakah lokasi dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi?

1.3.Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.
- 1.3.2. Untuk mengetahui fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.

1.4.Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang berkaitan dengan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi bagi pihak peneliti sendiri sebagai pembelajaran dan pengalaman.

1.4.2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan dapat memberikan kontribusi dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan dan lokasi sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.4.3. Bagi akademisi

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.

1.4.4. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide – ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan organisasi atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan (Jasa) adalah suatu kegiatan yang meningkatkan harapan serta kenikmatan pelanggan atas manfaat jasa yang ditawarkan (Bernard Katz, 2008:18). Bernard juga menyatakan bahwa pelayanan (jasa) merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Pada dasarnya setiap perusahaan berorientasi pada *service* (pelayanan), dimana di masa yang penuh dengan persaingan yang ketat, aspek kualitas pelayanan mulai ditingkatkan untuk menggaet dan mengelola pelanggan. Pelayanan merupakan aspek penting yang dicari oleh pelanggan, pelanggan tidak akan segan-segan meninggalkan apabila pelayanan yang diberikan dirasa kurang memuaskan bahkan tidak.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi pada dasarnya, jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen Menurut Simamora, (2009:172).

Kemudian menurut Kotler (2010:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan dan menurut Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-36) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks

Kualitas pelayanan yang diterima konsumen diartikan oleh Valerie A. Zeithmal (2009:19) sebagai perbedaan antara harapan dengan persepsi mereka, dimana apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, begitupula sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dipengaruhi oleh harapan terhadap pelayanan yang diinginkan. Harapan ini dibentuk oleh apa yang konsumen dengar dari konsumen lain dari mulut ke mulut, kebutuhan konsumen, pengalaman masa lalu konsumen, dan pengaruh komunikasi eksternal. Pelayanan yang diterima dari harapan yang ada mempengaruhi konsumen terhadap kualitas pelayanan (Zeithmal, 2009:87).

Menjadi organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan ditengah situasi lingkungan

ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi curam, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi dan semakin canggihnya kualitas hidup. Salah satu cara adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas jasa.

Menurut Sviokla dalam Lupiyoadi, (2010:181) Kualitas adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikana pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality , menurut Parasuraman et al dalam Lupiyoadi, (2010:181).

2.1.2. Jenis-jenis Kualitas Pelayanan

Pelayanan kepada pelanggan dapat berbentuk pelayanan langsung seperti percakapan langsung, tanggapan langsung melalui media massa/elektronik manapundengan perbuatan. Menurut Harahap (2008:6) bahwa jenis kualitas pelayanan umum yang di berikan perusahaan terdiri dari, yaitu :

- a. Pelayanan dengan lisan
- b. Pelayanan dengan tulisan
- c. Pelayanan dengan perbuatan

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedang jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan dikatakan memuaskan (Lupiyoadi 2010:148). Dengan *demikian service quality* dapat di definisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.

2.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas yang ditawarkan perusahaan itu baik, maka pelanggan perlu menilai mutu jasa tersebut. Menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Bery dalam buku Tjiptono (2008:99), terdapat beberapa dimensi pengukuran untuk menilai mutu jasa yaitu

a. Bukti Langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas meliputi gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka membeli, mereka tidak mampu untuk melihat jasa itu sendiri, mereka akan mendasarkan penilaian mereka terhadap semua benda-benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. Dalam mencari dan menerima informasi kecepatan tergantung dari kemampuan teknologi peralatan yang digunakan untuk mengakses sumber informasi. Secara sadar atau tidak sadar budaya kerja dan budaya komunikasi sudah sangat bergantung kepada teknologi yang dapat memberikan hasil yang cepat dan akurat. *Reliability* bukan hanya sangat penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, seperti penanganan barang yang hilang, karyawan kantor pos akan menanyakan nomor resi pengiriman kepada pelanggan, jika terjadi kesalahan oleh pihak karyawan pos Indonesia, entah itu saat di jalan mobil kantor posnya terjadi kecelakaan, gempa, dan lain-lain, maka karyawan pos Indonesia akan bertanggung jawab atas hilangnya uang tersebut, dan jika pelanggannya salah membuat alamat, maka karyawan kantor pos akan mengembalikan uang tersebut kepada pelanggan. Tapi seringkali jasa yang kecil pun merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya konsumen yang akan membeli jasa dikemudian hari

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap, menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. Antrian yang panjang selalu merupakan hal yang sering dikeluhkan oleh

konsumen. *Responsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi, *courtesy*, *credibility* (kredibilitas) dan *security* (keamanan). Kompetensi terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. *Courtesy*, meliputi kesopanan dan keramahan dari karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi suatu perusahaan.

e. Empati (*Empathy*)

Empati, meliputi *access*, *communication*, dan *under standing customer*. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. yang perlu diperhatikan lagi adalah mengerti keinginan konsumen, hal ini tidak boleh diremehkan.

2.2.Fasilitas

2.2.1. Pengertian Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut Sulistiyono (2008) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas

harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

2.2.2. Unsur-unsur fasilitas

Menurut Tjiptono (2000) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu :

a. Pertimbangan atau perencanaan parsial

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

b. Perancang ruang

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

c. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

d. Tata cahaya

Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

e. Warna

Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa diperlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

f. Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

2.2.3. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2008: 46- 48) indikator fasilitas ada enam, yaitu :

a. Pertimbangan/perencanaan spasial

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

b. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya 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.

c. Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

d. Tata cahaya dan warna

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

e. Unsur pendukung

Keberadaan 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, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2.3. Kepuasan

2.3.1. Pengertian Kepuasan

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan

produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih baik murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada persaingan.

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2008).

Irawan (2007) mengatakan “Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini biasa lebih kurang atau lebih”.

Tjiptono (2008) mengatakan “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan”.

Seperti dijelaskan dalam definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Bila kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang dan gembira.

2.3.2. Peranan Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara strategi dalam persaingan perusahaan guna mendapatkan pelanggan dengan cara memaksimalkan kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kotler (2008:185) Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi, yang

menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Jadi, apabila pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan tersebut akan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pelanggan tersebut enggan membeli kepada produk perusahaan lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan produk tersebut. Dan bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya. Pembelian ulang serta promosi secara tidak langsung ini tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan yang akhirnya juga meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

2.3.3. Faktor- Faktor yang mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan pelanggan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, yaitu seperti teori yang disebutkan sebagai berikut.

Irawan (2007) mengatakan Ada driver utama faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, harga, service quality, kemudahan.

Lupiyadi (2009) mengatakan Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

Selain itu dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisa kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga. Untuk industri kelapa sawit, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relative besar.

c. Service Quality

Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sekitar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses recruitment, training, budaya kerja, dan hasilnya baru terlihat setelah 3 tahun.

d. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (*postpurchase action*). Apabila pelanggan merasa puas,

maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

2.3.4. Indikator Kepuasan

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab apabila mereka tidak puas akan meninggalkan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera dapat mengetahui apa penyebab pelanggan tidak puas. Menurut Kotler (2008) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Sistem pengaduan
- b. Survey
- c. Panel konsumen

Berikut ini penjelasan dari ketiga metode pengakuan diatas, yaitu :

- a. Sistem pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasaan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan ini pada umumnya ditandai oleh pengalaman merek dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

b. Survey konsumen

Survey konsumen merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan konsumennya misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.

c. Panel konsumen

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produknya dan mengundang konsumen yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi konsumen perusahaan lain. Dari konsumen sertai akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan konsumen yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila konsumen yang berhenti (*costumer loss rate*) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumen.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Simanjuntak (2013)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Inna Dharma Deli Hotel Medan	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Inna Dharma Deli Hotel Medan
2	Harahap (2015)	Pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu pada Hotel Dhaksina Hotel Medan	Menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada Hotel Dhaksina Hotel Medan

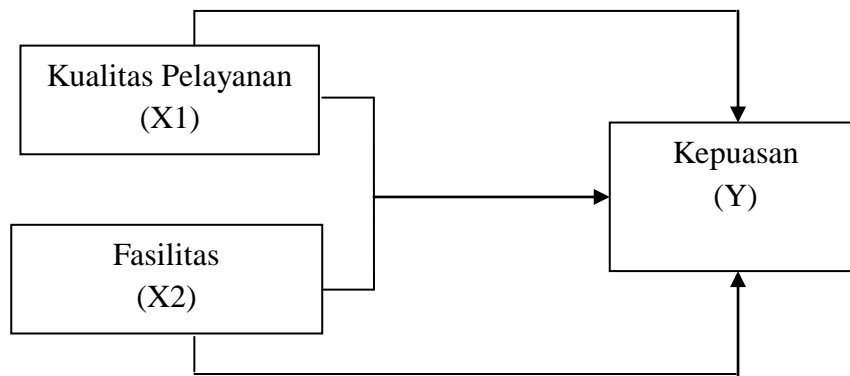
3.	Surbakti (2015)	Pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Narita Hotel Surabaya	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam kepuasan pelanggan pada Narita Hotel Surabaya
----	-----------------	---	---

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono: 2012).

Kualitas pelayanan yang diterima konsumen diartikan oleh Valerie A. Zeithmal (2009:19) sebagai perbedaan antara harapan dengan persepsi mereka, dimana apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, begitupula sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Fasilitas menurut Sulistiyono (2008) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Tjiptono (2008) mengatakan “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan”

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik ketiga variabel yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.6.Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu :

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.
3. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian asosiatif, dimana penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara duavariabel atau lebih, Ginting & Situmorang,(2010). Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian *asosiatif* yang bermaksud untuk memberikan penjelasan “Pengaruh kualitas pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Hotel Internasional Sibyak Berastagi.”

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Internasional Sibyak Berastagi, Jalan Merdeka, Gundaling I, Berastagi, Gundaling I, Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara 22156.

3.1.3. Waktu Penelitian

Penelitian di rencanakan mulai bulan Januari sampai dengan Juni 2018. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian.

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2018					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Pembuatan Proposal	■					
2.	Seminar Proposal		■				
3.	Pengumpulan Data		■				
4.	Analisa Data			■	■		
5.	Penyusunan Skripsi					■	
6	Seminar Hasil					■	
7	Pengajuan Sidang Meja Hijau						■

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Menurut Sugyono (2010:115): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan definisi di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi yang berjumlah sekitar 300 konsumen selama 1 bulan penelitian.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono: 2012)” Dari jumlah populasi 300 orang ini maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut :

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

Dimana : n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Taraf Kesalahan (Standart Error 10%)

Maka jumlah sampel yang di peroleh adalah :

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0.1)^2}$$

$$= 75 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka di ketahui jumlah sampel yang akan di teliti sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling. Menurut sugiyono (2008) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak , sehingga data yang di peroleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten di bidangnya. Pelaksanaan random sampling dalam penelitian ini di berikan konsumen pada Hotel Internasional Sibayak Berastagi.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel akan menuntun penelitian untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi	<ul style="list-style-type: none"> a. Bukti langsung b. Keandalan c. Daya tangkap d. Jaminan e. Empati 	<i>Likert</i>

Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi.	a. Pertimbangan/perencanaan spasial b. Perencanaan ruang c. Perlengkapan/perabotan d. Tata cahaya dan warna. e. Unsur pendukung	<i>Likert</i>
Kepuasan (Y)	Tjiptono (2008) mengatakan “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan”.	a. Sistem pengaduan b. Survey c. Panel konsumen	<i>Likert</i>

Sumber: Kotler (2010), Tjiptono (2008)

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan / skoring Sugiyono,(2011). Data kuantitatif yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu konsumen Hotel Internasional Sibayak Berastagi.

3.4.2. Sumber Data

- a. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu konsumen Hotel Internasional Sibayak Berastagi.
- b. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang di ambil langsung dari laporan hasil kerja konsumen Hotel Internasional Sibayak Berastagi.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain :

1. Penelitian Lapangan

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada kuesioner dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu :

- a. Jawaban “Sangat Setuju”, diberi nilai 5
- b. Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4
- c. Jawaban “Netral”, diberi nilai 3
- d. Jawaban “Tidak Setuju”, diberi nilai 2
- e. Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsisten dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.00 dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

3.6.2. Uji Statistik

Uji Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka. Berdasarkan uraian yang telah digunakan pada jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis Regresi Linier Berganda, dengan memakai program *Software SPSS 17.00 for Windows* yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots \dots \dots (\text{Sugiyono, 2012:204})$$

Keterangan :

Y : Kepuasan

a : Konstanta

b₁... b₂: Koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Fasilitas

3.6.3. Uji Hipotesis

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva PP-Plots, untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal normal maka di lakukan uji kolmogorov smirnov.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika

varians variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinearitas

Tolerance > 0,1 maka tidak terdapat multikolinieritas

3.6.4. Uji Hipotesis

a. Uji simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian yaitu :

Dimana : $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima

b. Uji parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$).

Dimana : $T_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak

$T_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima

3.6.5. Uji Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (adjusted R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assouri, Sofyan, 2005. **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi**. Cetakan Ketiga. Jakarta : CV. Rajawali.
- Bernard Katz (2008). *Secrets of Customer Relationship Management edisi pertama* , Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2007, **Strategi Pemasaran**. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta
2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Edisi Ketiga. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Harahap. 2015. **Pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu pada Hotel Dhaksina Hotel Medan** Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Harahap, Sofyan Assuri 2008. **Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi**, Edisi Pertama, Cetakan Ke Enam, Penerbit PT. Raya Grafinda Persada, Jakarta.
- Irawan. 2007. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Liberty
- Kotler, Phillip dan Kevin L, Keller. (2008). **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Benjamin Molan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Kotler. 2010. *Principles of marketing*. 13 edition : New Jersey
- Lupiyoadi Rambat. 2010. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Jakarta : Salemba Empat
- Simamora. 2015. **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Inna Dharma Deli Hotel Medan**. Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Simamora, Bilson. 2009. **Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel**. Jakarta, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utam
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.
- Sulastiyono, A. 2008. **Manajemen Penyelenggaraan**. Bandung : Alfabeta
- Surbakti. 2015. **Pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Narita Hotel Surabaya**. Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Tjiptono, Fandy, 2008. **Pemasaran Jasa**. Edisi pertama, Malang : Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi

Zeithaml, Valarie A and Bitner (2009), *Mary Jo, Service Marketing*, McGraw-Hill Inc, Int'l Edition, New York.

LAMPIRAN

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL INTERNASIONAL

SIBAYAK BERASTAGI

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda contreng /*checklist* (√) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|------------------|
| SS | = Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = Setuju | (diberi nilai 4) |
| RR | = Ragu-Ragu | (diberi nilai 3) |
| TS | = Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL BEBAS KUALITAS PELAYANAN (X1)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
Bukti langsung						
1	Kelengkapan (sarana dan prasarana) Hotel International Berastagi sangat lengkap					
Keandalan						
2	Karyawan hotel International Berastagi selalu tepat waktu dalam meberikan pelayanan kepada pelanggan					
Daya tangkap						
3	Karyawan hotel International Berastagi cepat tanggap dalam mengatasi masalah tamu					
Jaminan						
4	Karyawan hotel International Berastagi sangat baik dalam soal pelayanan dalam menjalankan tugasnya					
Empati						
5	Karyawan hotel International Berastagi peduli akan keinginan pelanggan					

2. VARIABEL BEBAS FASILITAS (X₂)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
Pertimbangan/perencanaan spasial						
1	Suasana dan lingkungan di Hotel International Berastagi ini sangatlah nyaman dan aman					
Perencanaan ruang						
2	Fasilitas ruangan Hotel International Berastagi yang disediakan luas, bersih, dan nyaman					
Perlengkapan/perabotan						
3	Fasilitas Hotel International Berastagi yang ditawarkan Sesuai dengan kebutuhan anda					
Tata cahaya dan warna.						
4	Warna interior Hotel International Berastagi yang dipergunakan untuk interior sangatlah bagus sehingga membuat rileks.					
Unsur pendukung						
5	Tersedianya Fasilitas yang ditawarkan Hotel International Berastagi ini seperti tempat ibadah, kolam renang dll					

3. VARIABEL TERIKAT KEPUASAN PELANGGAN (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
Sistem pengaduan						
1	Kualitas yang diberikan Hotel International Berastagi sesuai dengan harapan.					
2	Saya merasa puas akan ramah tamahnya karyawan Hotel International Berastagi pada saat saya membutuhkan sesuatu					
Survey						
3	Saya merasa puas dengan kenyamanan saat berada di hotel					
4	Saya puas akan pelayanan yang diberikan karyawan Hotel International Berastagi					
Panel konsumen						
5	Saya akan merekomendasikan kepada teman atau kerabat untuk menggunakan jasa Hotel International Berastagi					
6	Saya merasa puas di Hotel Internasional berastagi ini, saya akan menginap disini lagi apabila saya ke berastagi					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak

Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

3. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	17.40	2.971	.660	.846
P2	17.27	3.638	.567	.862
P3	17.13	2.981	.914	.780
P4	17.27	2.924	.769	.812
P5	17.07	3.495	.557	.865

Fasilitas (X2)

Reliability Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	17.00	3.429	.791	.874
P2	17.07	3.067	.806	.870
P3	17.00	3.714	.608	.909
P4	17.27	3.210	.721	.890
P5	17.00	3.286	.888	.854

Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	21.40	4.257	.851	.817
P2	21.67	4.238	.662	.848
P3	21.40	4.257	.851	.817
P4	21.67	4.524	.528	.874
P5	21.27	4.638	.587	.860
P6	21.27	4.638	.587	.860

Tabulasi Data Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	4	5	22
5	4	5	5	4	4	22
6	5	5	5	4	5	24
7	5	4	4	4	5	22
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	5	4	4	21
13	3	4	4	4	4	19
14	3	4	4	5	5	21
15	4	5	5	5	4	23
16	5	5	4	5	5	24
17	5	4	4	4	4	21
18	4	4	5	5	4	22
19	3	5	5	5	5	23
20	4	4	4	5	5	22
21	4	4	5	5	5	23
22	4	4	5	5	5	23
23	5	5	5	5	4	24
24	5	5	5	4	5	24
25	5	5	5	4	5	24
26	4	4	4	4	5	21
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	4	5	5	24
30	5	4	4	4	5	22
31	5	4	4	4	5	22
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	5	4	21
35	4	4	5	4	5	22
36	4	5	5	4	4	22
37	5	5	5	4	5	24
38	5	4	4	4	5	22

39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	5	4	4	21
44	3	4	4	4	4	19
45	3	4	4	5	5	21
46	4	5	5	5	4	23
47	5	5	4	5	5	24
48	5	4	4	4	4	21
49	4	4	5	5	4	22
50	3	5	5	5	5	23
51	4	4	4	5	5	22
52	4	4	5	5	5	23
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	5	4	21
56	4	4	5	4	5	22
57	4	5	5	4	4	22
58	5	5	5	4	5	24
59	5	4	4	4	5	22
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	5	4	4	21
65	3	4	4	4	4	19
66	3	4	4	5	5	21
67	4	5	5	5	4	23
68	5	5	4	5	5	24
69	5	4	4	4	4	21
70	4	4	5	5	4	22
71	3	5	5	5	5	23
72	4	4	4	5	5	22
73	4	4	5	5	5	23
74	4	4	5	5	5	23
75	5	5	5	5	4	24

Tabulasi Data Variabel X2 (Fasilitas)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	4	5	4	4	4	21
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	5	5	23
5	4	4	4	4	5	21
6	4	4	4	4	5	21
7	5	4	5	4	5	23
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	5	21
12	4	5	4	5	4	22
13	5	5	5	5	4	24
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	5	5	5	23
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	5	21
18	5	4	4	5	5	23
19	5	5	5	5	5	25
20	4	5	5	4	5	23
21	4	5	5	5	5	24
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	4	5	24
24	5	4	5	5	5	24
25	5	4	5	4	5	23
26	5	4	4	5	5	23
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	4	5	24
29	5	4	5	5	4	23
30	4	5	4	5	4	22
31	4	5	4	5	4	22
32	4	5	4	4	4	21
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	5	4	21
35	4	4	5	5	5	23
36	4	4	4	4	5	21
37	4	4	4	4	5	21
38	5	4	5	4	5	23

39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	5	21
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	5	21
43	4	5	4	5	4	22
44	5	5	5	5	4	24
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	5	5	5	23
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	5	21
49	5	4	4	5	5	23
50	5	5	5	5	5	25
51	4	5	5	4	5	23
52	4	5	5	5	5	24
53	4	5	4	4	4	21
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	5	4	21
56	4	4	5	5	5	23
57	4	4	4	4	5	21
58	4	4	4	4	5	21
59	5	4	5	4	5	23
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	5	21
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	5	21
64	4	5	4	5	4	22
65	5	5	5	5	4	24
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	5	5	5	23
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	5	21
70	5	4	4	5	5	23
71	5	5	5	5	5	25
72	4	5	5	4	5	23
73	4	5	5	5	5	24
74	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	4	5	24

Tabulasi Data Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	4	4	4	5	4	4	25
2	5	3	4	4	4	4	24
3	5	3	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	5	4	4	5	4	26
7	4	5	5	4	5	5	28
8	4	5	4	4	4	4	25
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	5	4	4	4	4	25
12	4	4	4	5	4	4	25
13	4	4	5	5	3	5	26
14	4	4	4	4	3	4	23
15	5	5	4	4	4	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	4	4	4	5	4	26
18	4	5	5	4	4	4	26
19	5	4	5	5	3	5	27
20	5	4	4	5	4	5	27
21	4	4	4	5	4	5	26
22	5	4	5	5	4	5	28
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	4	5	5	29
25	5	5	5	4	5	5	29
26	4	5	5	4	4	4	26
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	4	5	5	29
30	5	4	4	5	5	4	27
31	4	4	4	5	5	4	26
32	4	4	4	5	4	4	25
33	5	3	4	4	4	4	24
34	5	3	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	5	25
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	5	4	4	5	4	26
38	4	5	5	4	5	5	28

39	4	5	4	4	4	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	5	4	4	4	4	25
43	4	4	4	5	4	4	25
44	4	4	5	5	3	5	26
45	4	4	4	4	3	4	23
46	5	5	4	4	4	5	27
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	4	4	4	5	4	26
49	4	5	5	4	4	4	26
50	5	4	5	5	3	5	27
51	5	4	4	5	4	5	27
52	4	4	4	5	4	5	26
53	4	4	4	5	4	4	25
54	5	3	4	4	4	4	24
55	5	3	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	5	25
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	4	4	5	4	26
59	4	5	5	4	5	5	28
60	4	5	4	4	4	4	25
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	5	4	4	4	4	25
64	4	4	4	5	4	4	25
65	4	4	5	5	3	5	26
66	4	4	4	4	3	4	23
67	5	5	4	4	4	5	27
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	4	4	5	4	26
70	4	5	5	4	4	4	26
71	5	4	5	5	3	5	27
72	5	4	4	5	4	5	27
73	4	4	4	5	4	5	26
74	5	4	5	5	4	5	28
75	5	5	5	5	5	5	30