

**Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan Hotel
(Studi Pada Hotel Amboina Kota Ambon)**

Roy Alan Wattimena

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon

wattimena.roy@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini persaingan semakin ketat menuntut para pelaku bisnis mampu untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Khususnya bisnis perhotelan perusahaan harus mempunyai nilai di mata pelanggan dan manajemen yang baik sehingga tujuan dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini yaitu menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hotel amboina ambon.

Analisis yang digunakan menggunakan regresi linear sederhana, populasi penelitian ini adalah pengguna yang menggunakan jasa Hotel Amboina dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel amboina. Hotel amboina sebaiknya lebih memperhatikan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan demi memenuhi kebutuhan tamu hotel.

Kata kunci : Faktor-Faktor Pembentuk kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Currently, competition is increasingly fierce, requiring business people to be able to maximize their company's performance in order to compete in the market. Companies must strive to learn and understand the needs and wants of their customers. In particular, the company's hotel business must have value in the eyes of customers and good management so that goals can be carried out effectively and efficiently. The purpose of this study was to test and analyze the effect of service quality on customer satisfaction at the Amboina Ambon hotel.

The analysis used uses simple linear regression, the population of this study is users who use the services of the Amboina Hotel and the sample used is 100 people

The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Amboina hotel. Hotel Amboina should pay more attention to and improve the quality of service to meet the needs of hotel guests.

Keywords: Forming Factors of Customer satisfaction

I. PENDAHULUAN

Keberadaan suatu hotel sebenarnya tidak hanya dilihat dalam keterkaitannya dengan sektor pariwisata semata-mata, lebih daripada itu ekstensi hotel lebih luas dari sekedar menjadi tempat menginap wisatawan. Saat ini hotel menjadi tempat diadakan nya berbagai pertemuan berskala besar seperti seminar, lokakarya, diskusi panel, dan sebagainya dan lain-lain. Itu berarti ada hubungannya erat dalam pelayanan dalam hotel dan fasilitas dalam hunian kamar yang pada akhirnya berpengaruh kepada kepuasan konsumen terhadap hotel. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik bagi pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak konsumen. Intinya perusahaan harus dapat menciptakan value. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas.

Perkembangan hotel-hotel berbintang saat ini juga diikuti juga munculnya tempat-tempat penginapan modern, perkembangan hotel di di Kota Ambon semakin pesat. Menurut badan pusat statistik jumlah hotel di Kota Ambon selalu bertambah pesat. Hal ini di pengaruhi wisatawan maupun kegiatan-kegiatan yang bersifat nasional yang diadakan di Kota Ambon serta kegiatan-kegiatan yang bersifat vertikal yang pelaksanaannya di Kota Ambon. Dari tingginya kenaikan jumlah hotel tersebut, dapat dipastikan bahwa persaingan bisnis dalam industri hotel semakin ketat. Para pengelola dari masing-masing hotel tersebut terus berlomba-lomba untuk

memperkenalkan produk dalam hal ini adalah hotel mereka ke masyarakat luas, instansi pemerintah maupun swasta serta wisatawan domestik maupun manca negara tertarik untuk menginap di hotel yang mereka kelola. Salah satu hotel di Kota Ambon yang mampu menyita perhatian masyarakat ialah Hotel Amboina. Hotel Amboina merupakan hotel berbintang 3 dengan kamar sebanyak 54 kamar. Pihak manajemen Hotel Amboina menggolongkannya ke dalam beberapa tipe seperti Tipe Amboina Suite, Tipe Suite Room, Tipe Junior suite, Tipe Deluxe, Tipe Standar

Data tiga tahun terakhir tingkat *occupancy* Hotel Amboina mengalami penurunan yang drastis. Berdasarkan informasi yang didapatkan berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen Hotel Amboina hal ini disebabkan oleh wabah pandemi virus corona-19 yang mengakibatkan penurunan tingkat hunian pada Hotel Amboina. Dimana kegiatan-kegiatan berupa pertemuan bersifat lokal maupun nasional yang melibatkan instansi pemerintah maupun swasta tidak dilaksanakan. Hal yang sama juga berlaku bagi wisatawan lokal maupun manca negara yang menginap di Hotel Amboina.

Dampak mewabahnya virus covid-19 memberikan dampak pada tingkat hunian pada Hotel Amboina sehingga berkurangnya tamu yang menginap maupun kegiatan/pertemuan yang dilakukan. Hal ini berdampak pada tingkat pendapatan dari Hotel Amboina, sehingga pihak manajemen hotel mengambil langkah untuk melakukan pengurangan karyawan. Dan proses pengurangan karyawan ini sangat berdampak pada kualitas pelayanan di Hotel Amboina, dimana akibat jumlah karyawan yang semakin sedikit sangat berpengaruh pada aktivitas-aktivitas pelayanan yang seharusnya dilakukan kepada tamu yang menginap dan konsekuensi dari hal tersebut adalah kepuasan yang tidak dapat dirasakan secara maksimal.

Beberapa masalah yang terjadi berdasarkan pengamatan penulis adalah fasilitas lahan parkir yang terbatas, proses transaksi pelayanan di ruang receptionis yang tidak maksimal, ketangapan dan kecepatan karyawan terhadap pelayanan, kelengkapan lingkungan fisik seperti fasilitas dan kualitas pelayanan yang diterapkan terbatas sebagai akibat tindakan efisien yang dilakukan pihak manajemen. Situasi dan kondisi yang terjadi di Hotel Amboina menunjukkan ketidakpuasan pelanggan karena penilaian pelanggan terhadap pelayanan hotel tidak sesuai harapan dan kebutuhan pelanggan.

Ditemukan bahwa kondisi pelayanan pada Hotel Amboina kurang memuaskan. Dimana ketangapan karyawan dan kerapian berkurang, kelengkapan lingkungan fisik seperti fasilitas dan kualitas pelayanan yang diterapkan kurang memuaskan bagi tamu/pelanggan serta pelayanan yang kurang memadai. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan pada Hotel Amboina Kota Ambon.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia, karena dalam pemenuhan kebutuhan manusia membutuhkan pelayanan. pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang secara langsung, merupakan tindakan nyata yang dilakukan dalam satu lembaga. Pelayanan bukan hanya pada organisasi bisnis, tetapi telah berkembang lebih luas pada tatanan organisasi pemerintah. Menurut Hardiansyah (2018) mengemukakan bahwa, *service* adalah produk tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Menurut Tjiptono (2019) ada 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati). Kualitas jasa atau pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Suryani di dalam Aryo dan Imroatul (2015) terdapat dua faktor utama dalam pelayanan, yaitu layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan. Apabila layanan yang diharapkan sesuai layanan yang dirasakan, maka kualitas layanan yang bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika layanan yang diterima melebihi layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Namun apabila layanan yang diterima kurang dari layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk atau negatif. Persepsi buruk dapat berakibat konsumen tidak berminat lagi menggunakan layanan perusahaan.

Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya dan informasi pemasar. Menurut Kotler (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Ratnasari (2017) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2019) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2019), menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan nya terpenuhi. Menurut Daryanto (2019) menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi.

Menurut Kotler (2019) ada 4 cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan), *Ghost shopping* (pembeli bayangan), *Lost customer analysis* (analisa pelanggan yang lari). Menurut Tjiptono (2019) ada lima komponen inti mengenai obyek pengukuran kepuasan pelanggan antara lain: Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), Dimensi Kepuasan Pelanggan, Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*), Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*), Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*).

3. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis tingkat kepentingan faktor pembentuk kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan pada Hotel Amboina Kota Ambon. Objek yang digunakan adalah persepsi pengguna Hotel Amboina terhadap faktor pembentuk kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa data kualitatif dan data kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pelayanan yang menginap di Hotel Amboina. Untuk jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui.

Subjek penelitian diambil dengan menggunakan pertimbangan kriteria tertentu yang ditentukan yaitu Pengguna jasa Hotel Amboina yang menginap menggunakan kamar jenis Standar, Masyarakat yang berusia minimal 17 tahun. Dalam penelitian ini variabel independen kualitas pelayanan mempunyai 5 indikator yaitu *tangible* bukti fisik), *reliability* (kehandalan),

responsiveness (daya tanggap), *assurance* (asuransi) dan *empathy* (empati). Sedangkan untuk variabel dependen kepuasan pelanggan mempunyai 5 indikator yaitu, kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasikan. Dengan demikian 10 x 10 indikator = 100 responden. Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan yang disebarluaskan kepada responden yaitu pengguna jasa Hotel Amboina yang menginap di kamar jenis standar.

Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik. Baik buruknya instrumen penelitian ditunjukkan oleh tingkat kesahihan (*validity*) dan kehandalan (*reliability*).

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan Pelanggan). Model hubungan variabel akan dianalisis sesuai dengan persamaan regresi:

Dimana:

$$Y = a + bX$$

Y : variabel dependent yaitu Kepuasan Pelanggan

a : konstanta

b : Koefisien regresi

X : variabel independent yaitu Kualitas Pelayanan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari 125 responden dapat diuraikan bahwa hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menginap di hotel amboina adalah responden dengan usia > 40 tahun yaitu sebanyak 30 orang atau 30 %. Responden yang paling banyak menginap di hotel amboina adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 65 orang atau 65 %. Responden yang paling banyak menginap di hotel amboina adalah responden dengan jenis pendidikan sarjana yaitu sebanyak 70 orang atau 70 %. Responden yang paling banyak menginap di hotel amboina adalah responden dengan jenis pekerjaan PNS yaitu sebanyak 35 orang atau 35 %. Responden yang paling banyak menginap di hotel amboina adalah responden dengan tingkat pendapatan 6 juta - 10 juta yaitu sebanyak 70 orang atau 70 %. Responden yang paling banyak menginap di hotel amboina adalah responden dengan lama menginap antara 4 s/d 6 hari yaitu sebanyak 45 orang atau 45 %.

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kualitas pelayanan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,887 dan paling rendah 0,658. Dengan demikian seluruh item pernyataan kualitas pelayanan dinyatakan valid. Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kualitas pelayanan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,822 dan paling rendah 0,653. Dengan demikian seluruh item pernyataan kualitas pelayanan dinyatakan valid. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,737 > 0,6. Variabel kepuasan pelanggan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899 > 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Uji t dilakukan untuk mengetahui secara parsial variabel bebas (independen variabel) yaitu kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen variabel) kepuasan pelanggan (Y) Berdasarkan tabel 1 diperoleh t_{hitung} sebesar 15.239. Untuk menentukan t_{tabel} digunakan lampiran statistika tabel t, dengan menggunakan taraf signifikan yaitu sebesar 0,05. Dengan (df) n - k atau 100 - 2 = 98. Maka diperoleh t_{tabel} 1.661. Sesuai dengan hasil uji T (Parsial) diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X) adalah 0,000 < 0,05. Dan nilai t_{hitung} 15,239 > t_{tabel} 1.661. Maka hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara positif dan Signifikan. Artinya dengan tingkat kesalahan 5%, ditemukan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan oleh

pihak Hotel Amboina, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan Hotel Amboina. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan pihak Hotel Amboina, maka semakin rendah kepuasan pelanggan Hotel Amboina.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.835	1.815		3.375	.001
kualitaspelayanan	.597	.227	.774	15.239	.000

a. Dependent Variable: kepuasanpelanggan
Sumber: Data diolah SPSS

Dari output model summary pada tabel 2, diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,509 atau 50,9% hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 50,9%, sedangkan sisanya 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini, besarnya pengaruh variabel lain biasanya disebut sebagai eror (e).

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.509	.515	3,17777

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan
b. Dependent Variable: kepuasanpelanggan
Sumber: Data diolah SPSS.

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan itu penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan .apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Hasil penelitian menggambarkan persepsi tamu hotel amboina yang menunjukkan bahwa indikator *tangibles* (berwujud) menunjukkan persepsi setuju bagi pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel amboina, dimana pernyataan ”Peralatan Dan Teknologi Yang Di Dalam Kamar Hotel Baik Dan Layak”. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 57% . Untuk indikator *reliability* (kehandalan) menunjukkan persepsi setuju bagi pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel amboina, dimana pernyataan ”Karyawan Mampu Menjalankan Prosedur Dan Teknis Pelayanan Hotel Dengan Baik”. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 52%. Sedangkan untuk indikator *responsiviness* (daya tanggap) menunjukkan persepsi setuju bagi pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel amboina, dimana pernyataan ”Karyawan Selalu Siap Melayani Tamu Hotel”. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 57%. Pada indikator *assurance* (jaminan) menunjukkan persepsi setuju bagi pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel amboina, dimana pernyataan ”Karyawan Bersikap Jujur Dan Transparan Dalam Menjalankan Administrasi Pelayanan Pembayaran Kamar Hotel”. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 60%. Dan untuk indikator *empathy* (empati) menunjukkan respon setuju bagi pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel amboina, dimana pernyataan ”Karyawan Selalu Mengutamakan Kepentingan Tamu Hotel”. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 56%. Gambaran hasil ini menunjukkan sikap tamu hotel amboina terhadap proses pelayanan yang diberikan.

Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia. Hasil penelitian menggambarkan persepsi tamu hotel amboina yang menunjukkan bahwa untuk indikator kepuasan pelanggan keseluruhan menunjukkan respon setuju, dimana pernyataan ” Tamu Hotel Merasa Puas Akan

Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Hotel Amboina Sesuai Harapan". Responden yang menyatakan setuju sebanyak 53%. Untuk indikator dimensi kepuasan pelanggan menunjukkan respon setuju, dimana pernyataan "Kecepatan Melayani Tamu Hotel Amboina". Responden yang menyatakan setuju sebanyak 55%. Sedangkan untuk indikator konfirmasi harapan menunjukkan respon setuju, dimana pernyataan "Tamu Hotel Merasa Puas Dengan Karyawan Yang Melayani Dengan Profesional". Responden yang menyatakan setuju sebanyak 53%. Pada indikator niat beli ulang menunjukkan respon setuju, dimana pernyataan "Tamu hotel memiliki rasa untuk kembali ke Hotel Amboina". Responden yang menyatakan setuju sebanyak 44%. Dan untuk indikator ketersediaan untuk merekomendasi menunjukkan respon setuju, dimana pernyataan "Tamu Hotel Menceritakan Kepuasan Dan Pengalaman Selama Menginap Di Hotel Amboina". Responden yang menyatakan setuju sebanyak 46%. Gambaran hasil ini menunjukkan sikap tamu hotel amboina terhadap proses pelayanan yang diberikan dan menimbulkan kepuasan bagi tamu hotel amboina.

Secara umum hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Amboina secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian dengan indikatornya. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima indikator memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan tamu Hotel Amboina.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Kiroyan, dan Lengkong (2019) yang menemukan bahwa pengaruh kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado. Penelitian Pratama dan Setyorini (2015) menemukan bahwa kualitas layanan yang dihasilkan dari dimensi mempengaruhi kepuasan konsumen di café dan yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di cafe ini adalah *Spatial layout and Functional*. Penelitian Eka Putra dan Haryati (2019) menemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan mempunyai Pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen the Axana Hotel Padang. Penelitian Samsul Arifin (2014) menemukan bahwa pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Jepara Indah.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah gambaran profil karakteristik responden menunjukkan bahwa tamu Hotel Amboina yang banyak menginap adalah usia lebih dari 40 tahun, jenis kelamin laki-laki, dengan status pendidikan sarjana, pekerjaan yang ditekuni sebagai PNS, dengan tingkat pendapatan 6 juta s/d 10 juta serta lama menginap 4 s/d 6 hari.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil tersebut diperoleh nilai t hitung sebesar 15,239 sedangkan t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1,661 jadi t hitung ($15,239 > t \text{ tabel } (1,661)$ dan sig (0,000). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah perlu adanya pengawasan terhadap karyawan dalam melakukan dan menyelesaikan pekerjaan yang diberikan, perlu adanya proses evaluasi kinerja sehingga proses perbaikan dapat dilakukan secara terus-menerus dan perlu adanya sistem yang baik berupa prosedur pelayanan dan penyediaan informasi yang terkini tentang Hotel Amboina.

DAFTAR PUSTAKA

- Amran, A., Widjaja, Y. R., & Nuryanti, S. (2019). *Service Excellence dan Servicescape: Faktor Dominan Dalam Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel*. Jurnal Kajian Pariwisata, 1(1), 44-52.
- Andhika, S., & Ferdinand, A. T. (2019). *Analisis Pengaruh Lingkungan Jasa (Servicescape) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Nilai Pengalaman Dan Koneksi Merek Diri Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Lawang Sewu Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 8(4), 1-12.
- Goetsch, DL & Davis .2019. *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Internasional, Inc
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kiroyan, M., Lengkong, V. P., & Karuntu, M. M. (2019). *Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Sahid Kawanua Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7 (4).
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember*. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 6 (2), 147-151.
- Pratama, M. P., & Setyorini, R. (2015). *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan onsumen Kafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung*. eProceedings of Management, 2(1).
- Putra, D. E., Bakkareng, B., & Haryati, R. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen The Axana Hotel Padang*. MATUA JURNAL, 1 (1), 061-072.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Putra, D. E., Bakkareng, B., & Haryati, R. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen The Axana Hotel Padang*. Matua Jurnal, 1 (1), 061-072.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). *Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center*. WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, 7(1), 31-38.
- Dewi, R. C. K. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA Loris Beauty Clinic di Kabupaten Jombang*. JURNAL EKSEKUTIF, 16(2), 295-307.