



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL PONDOK LOSARI DI MAKASSAR

Dr. Bahriansyah S, Pd<sup>1</sup>, Dewi Nanda Sari Arista SM<sup>2</sup>  
STIE Tri dharma Nusantara Makassar<sup>1,2</sup>

**Abstrak :** Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari di Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari di Makassar. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan jumlah responden sebanyak 70 orang. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif artinya data yang diperoleh di lapangan, diolah sedemikian rupa sehingga memberikan pemahaman yang sistematis, selanjutnya diadakan perhitungan statistik dengan analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi ( $r^2$ ), dan uji-t. Dari hasil perhitungan regresi didapatkan nilai sebesar  $Y = 9,76 + 0,185 X$ . Sedangkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,376 dan koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,1413. Hasil perhitungan Uji-t menunjukkan  $t$  hitung >  $t$  tabel yaitu 3,348 > 1,668, hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari di Makassar. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

**Kata kunci :** Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

**Abstract :** *The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Pondok Losari Hotel in Makassar. This study aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction at the Pondok Losari hotel in Makassar. The type of data used are qualitative and quantitative data. Data sources used are primary data and secondary data with 70 respondents. The collected data were analyzed descriptively that is data obtained in the field were processed in such way to provide a systematic understanding, then statistical calculations were carried out by using simple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination ( $r^2$ ), and  $t$ -test. From the results of the regression calculation, the value of  $Y = 9.76 + 0.185 X$  was obtained. Meanwhile, the correlation coefficient ( $r$ ) was 0.376 and the coefficient of determination ( $r^2$ ) was 0.1413. The result of  $t$ -test calculation shows that  $t$ -count >  $t$ -table is 3,348 > 1,668, it indicates that there is a positive and significant influence between service quality and customer satisfaction at the Pondok Losari hotel in Makassar. Thus the hypothesis proposed in this study is accepted.*

**Keywords:** *Quality of service, customer satisfaction..*

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Industri pariwisata kini kian berkembang terutama wilayah yang mempunyai potensi alam sebagai sumber kepariwisataan salah satunya ialah kota Makassar. Dengan adanya perkembangan pariwisata yang terjadi di wilayah Makassar, mendorong pelaku industri perhotelan juga ikut berpartisipasi dalam penyediaan sarana pelengkap untuk seorang wisatawan. Perhotelan sebagai sarana akomodasi yang merupakan kebutuhan vital para pelancong sebagai fasilitas yang menyediakan jasa penginapan, layanan makan dan minum serta fasilitas lain sebagai pelengkap perjalanan wisata.

Kota Makassar yang merupakan kota wisata yang tak lepas dari kunjungan wisatawan dalam rangka liburan ataupun bisnis yang menyediakan banyak fasilitas penginapan atau akomodasi. Kunjungan wisatawan di kota Makassar tiap tahunnya terus meningkat hal ini dikarenakan adanya hari-hari besar, libur nasional, ataupun acara-acara yang sering dilakukan di sekitaran wisata Pantai Losari, Benteng Rotterdam, dan Akkarena pada tiap tahunnya. Hotel Pondok Losari adalah penginapan yang juga menyediakan makanan dan minuman serta pelayanan lainnya untuk disewakan bagi para tamu atau orang-orang yang tinggal sementara waktu.

Seiring dengan perkembangan tersebut maka jika \ sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, sekarang sudah mengalami perkembangan. Industri perhotelan ini merupakan industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Design bangunan, interior dan eksterior kamar hotel, suasana yang tercipta serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Image atau citra, dan biaya total pelanggan

yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Banyaknya jumlah hotel yang berdiri di kota Makassar mendorong setiap hotel untuk saling bersaing dalam menarik wisatawan untuk menginap di hotel yang telah tersedia. Salah satu upaya dalam menarik wisatawan adalah selalu mementingkan kepuasan tamu dengan menjaga kualitas pelayanan yang terdapat di hotel. Karena kualitas pelayanan sangatlah penting dan merupakan satu kunci sukses dari setiap produk dan layanannya. Kualitas ini diberikan kepada pelanggan/tamu untuk memenuhi ekspektasi pelanggan/tamu dengan menyediakan produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga. Pondok Losari selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamu/pelanggannya yang menginap di hotel tersebut. baik itu dari segi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, atau dari segi empathy. Pondok Losari dituntut tanggap dan proaktif dalam membaca peluang serta keinginan masyarakat sebagai tamu yang memanfaatkan jasa pelayanan dari hotel. Kepuasan konsumen melalui pemberian layanan bermutu merupakan komitmen dan tanggung jawab dari manajemen dan seluruh karyawan hotel.

Demi menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan sebaiknya menciptakan suatu cara untuk memperoleh pelanggan setia yang lebih banyak dan kemampuan mempertahankan pelanggannya. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh I Komang Gede Mahendra (2015) bahwa kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Griya Sunset Kuta. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari di Makassar".

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka terdapat rumusan masalah yang dapat diambil dalam penulisan ini adalah, Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari di Makassar?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari Makassar.

### Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi kajian yang komprehensif dalam meningkatkan kualitas pelayanan didalam sebuah industri perhotelan sebagai penunjang kepuasan pelanggan yang menginap di hotel tertentu.
2. Bagi perusahaan hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kinerja manajemen hotel Pondok Losari dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada lima dimensi pelayanan (Tangibles, Responsiveness, Reliability, Empathy, Assurance), demi kepuasan pelanggan yang menginap dimasa sekarang ataupun dimasa yang akan datang.
3. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi untuk mendapatkan gelar sarjana Pemasaran.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang

diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2013:216) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima. Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah (2013:99), "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan."

Tjiptono dan Chandra (2016:125) menyatakan dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas yaitu pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang dirasakan/dipersepsikan (perceived service), apabila pelayanan yang diharapkan sesuai dengan harapan tamu maka kualitas pelayanan yang diberikan tersebut dinilai memuaskan.

Tjiptono (2016:125) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2014:63), "kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya."

sedangkan menurut Tjiptono (2014:268), "kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. " Dari definisi para ahli dapat

disimpulkan kualitas pelayanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut oleh pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, tentu akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menginap ditempat yang sama.

### **B. Kepuasan Pelanggan**

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup baik, memadai dan “facio” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai, berikut beragam definisi yang dikemukakan banyak pakar.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) “Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.”

Menurut Abdullah dan Francis (2016:45), “kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan.”

Tjiptono (2019:378) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh

proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Menurut Tjiptono (2015:76), pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi gethok tular positif yang menguntungkan bagi perusahaan.

Secara sederhana kepuasanpelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.

Menurut Irawan (2009:37), “kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atau performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.”

Irawan (2009;38) berpendapat ada lima driver utama kepuasan pelanggan yaitu:

#### **1. Kualitas produk**

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

#### **2. Harga**

Harga adalah pencerminan dari nilai. Sedangkan menurut Irawan, “harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi.”

### 3. Service Quality

*Service quality* sangat bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi dan manusia. Konsep *service quality* yang populer adalah ServQual yang diyakini mempunyai 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

### 4. Biaya dan kemudahan

Menurut Irawan, “biaya dan kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang relative mudah, nyaman dan efisien. Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.”

Berdasarkan pada pendapat para ahli tersebut, maka dapat didefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dengan hasil yang dirasakan setelah proses pembelian dan konsumsi.

### C. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas yang diberikan oleh penyedia jasa merupakan implementasi terhadap proses identifikasi dari konsumen dan calon konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa akan terpenuhi apabila konsumen memperoleh apa yang mereka inginkan yaitu pelayanan jasa penginapan dan tempat istirahat yang diharapkan, oleh sebab itu hubungan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh penyedia jasa erat kaitannya dengan kepuasan konsumen yang diterima.

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125), “Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.”

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:216), Banyak akademis dan peneliti

yang sepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi (encounter) yang bersifat jangka pendek, sedangkan kualitas jasa merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Beberapa pakar seperti Bitner (1990), Oliver (1981), Parasuraman, et al (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:217) meyakini bahwa kepuasan pelanggan menimbulkan kualitas jasa.

Sangadji dan Sopiah (2013;100) menjelaskan Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Parasuraman mendefinisikan kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lebih lanjut Tjiptono menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:219), salah satu kemungkinan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa. Dasar pemikirannya antara lain:

1. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap

kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya.

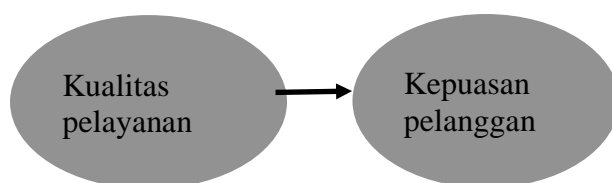
2. Interaksi (Service encounter), berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.
3. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan,
4. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap perusahaan dimasa yang akan datang.

Jadi kualitas pelayanan yang bertujuan memuaskan pelanggan itu adalah tanggung jawab setiap orang yang ada dalam perusahaan. Untuk itu setiap karyawan harus mempunyai tanggung jawab untuk menciptakan suasana pelayanan yang berkualitas baik bagi para pelanggannya.

#### D. Kerangka Pikir

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y seperti kerangka pikir di bawah ini :

Gambar 1: Kerangka Pikir



Sumber: Data diolah,

#### E. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan hipotesis yaitu “diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada

Hotel Pondok Losari di Makassar.” PONDOK LOSARI MAKASSAR

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi, dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan.
2. Wawancara, dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab dengan konsumen yang diteliti, dalam mendapatkan data yang diperlukan.
3. Kuesioner, metode ini dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada seluruh responden yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan merupakan sumber data primer yang digunakan oleh responden.

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), mengemukakan bahwa “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 pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa atau yang menginap di Hotel Pondok Losari selama periode penelitian sebanyak 235 pelanggan.

##### 2. Sampel

Sampel dalam penelitian adalah suatu bagian dari populasi. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Sugiyono (2017:81),

sampel adalah sebagian dari jumlah data yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:174), “sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:67), jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang kebetulan datang dan bertemu dengan peneliti di hotel Pondok Losari Makassar.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan, berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Husein Umar (2003:78), Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya, yaitu sebanyak 235 pelanggan, rumusnya sebagai berikut:

Keterangan :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = sampling error (10%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi pelanggan dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%, diketahui jumlah pelanggan di hotel Pondok Losari Makassar perhitungannya adalah sebagai berikut :  
=70,15 dibulatkan menjadi 70

Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang dan bertemu dengan peneliti di hotel Pondok Losari Makassar sebanyak 70 orang.

### C. Teknik Analisis Data

Untuk memecahkan masalah dan menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka akan digunakan analisa sebagai berikut:

#### 1. Analisis Deskriptif,

Analisis deskriptif, yaitu melalui penjelasan pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Pondok Losari di Makassar yang berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden melalui hasil analisis dengan menggunakan principal component analysis, kemudian skor hasil perolehan kuesioner diolah.

#### 2. Analisis Statistik

a. Analisis regresi linear sederhana yaitu alat analisis skor untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$X$  = Kualitas Pelayanan

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien Regresi

b. Analisis Korelasi yang digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Hotel Pondok Losari di Makassar

c. Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $r^2$ ). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik

d. Uji – t adalah uji hipotesis yang dilakukan dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1) Melalui uji hipotesis yaitu:

$H_0 : \beta \leq 0$ , artinya tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_0 : \beta \leq 0$ , artinya ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

- 2) Menentukan tingkat signifikan pada  $\alpha$  yakni sebesar 5% dengan menentukan t-tabel pada tingkat signifikan 5% dengan rumus:

$$df = n - k$$

Keterangan:

$n$  = Total sampel

$k$  = Kedua variabel yakni X dan Y

- 3) Membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel kemudian
- Apabila t hitung lebih besar dari t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
  - Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel, maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Analisis Statistik

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka penulis menggunakan metode analisis secara statistik. Bentuk persamaan yang dipakai untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah regresi linear sederhana.

##### a. Metode Regresi Linear Sederhana

Bentuk persamaan yang digunakan untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari di Makassar adalah regresi linear sederhana. Regresi pada dasarnya adalah mencari suatu persamaan tentang variabel yang dapat digunakan untuk memperkirakan variabel lainnya. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang dianggap

sebagai variabel yang mempengaruhi dan kepuasan pelanggan dianggap sebagai variabel yang dipengaruhi. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan,

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa persamaan regresi linear

sederhana antara variabel X dan Y adalah :

$$Y = 9,76 + 0,185X$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa :

- Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa nilai 0.185 berarti bahwa setiap perubahan variabel independen X (kualitas pelayanan) naik sebesar 1 satuan, maka akan diimbangi dengan kenaikan variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 0,185.
- Nilai a (konstanta) sebesar 9,76 berarti apabila variabel X (kualitas pelayanan) sebesar 0 atau tidak ada, maka variabel Y (kepuasan pelanggan) akan tetap sebesar 9,76.

##### 2. Koefisien Korelasi

Hasil perhitungan kuisioner untuk mencari keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan menunjukkan nilai koefisien (r) sebesar 0,376. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari di Makassar memiliki hubungan yang lemah yaitu berada pada rentang 0,20 – 0,399

##### 3. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel satu dengan variabel yang lainnya.

$$r^2 = r \times r$$

$$r^2 = 0,376 \times 0,376$$

$$r^2 = 0,1413$$

$$r^2 = 14\%$$

Hasil analisa dan perhitungan di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan



kepuasan pelanggan memiliki nilai pengaruh sebesar 14% sedangkan sisanya yaitu 86% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

#### 4. Uji-t hitung

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan diterima atau ditolaknya hipotesis sekaligus menguji signifikan atau tidaknya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka digunakan uji statistik melalui uji-t dengan rumus sebagai berikut:

Langkah pengujian ini adalah:

##### a) Uji Hipotesis:

$H_0 : \beta \leq 0$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ , berarti tidak ada

pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

$H_a : \beta > 0$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , berarti ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

##### b) Perhitungan uji-t:

Hasil perhitungan uji-t maka didapatkan nilai t-hitung = 3,348 maka selanjutnya perlu dibandingkan dengan nilai t-tabel. Untuk mendapatkan nilai t-tabel, terlebih dahulu mencari derajat bebas (db) atau degree of freedom (df) dengan rumus:

$$df = n - k$$

Dimana:

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel

$$df = 70 - 2$$

$$df = 68$$

Setelah nilai df telah diketahui, maka selanjutnya lihat pada tabel nilai distribusi untuk  $df = 68$  dengan  $\alpha = 0,05$  (5% adalah 1,668. Dari hasil pengujian signifikansi korelasi (uji-t) dapat dilihat bahwa t-hitung > t-tabel dimana t-hitung = 3,348 > t-tabel = 1,668.

Maka dapat diketahui dari hasil uji-t ini menunjukkan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Selanjutnya hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari

di Makassar dengan uji hipotesis digambarkan melalui daerah penerimaan  $H_a$  dan penolakan  $H_0$

Hasil perhitungan t-hitung diketahui bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan) tersebut memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh keberadaan variabel bebas tersebut dengan t-hitung pada sebelah kanan kurva pengujian hipotesis dan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai kritis (3,348 > 1,668). Hal ini juga memberikan petunjuk bahwa kedua variabel memiliki hubungan positif dan signifikan, artinya setiap perubahan yang terjadi karena variabel kualitas pelayanan maka variabel lainnya yaitu kepuasan pelanggan juga dapat meningkat. Hasil penelitian ini didukung pula oleh penelitian terdahulu yang diteliti oleh Putri Ramadhani Siregar (2014) bahwa kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Natama di Sumatera Utara dan didukung oleh teori hubungan menurut Tjiptono dan Chandra (2016:219), salah satu kemungkinan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Sebagai hasil akhir dari analisa dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai penelitian ini yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Pondok Losari di Makassar, hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan rata-rata tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan sebesar 85% dan kepuasan pelanggan

sebesar 88,07%. Adapun hasil analisis statistik dengan nilai  $Y = 9,76 + 0,185 X$ . Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diberikan penjelasan bahwa nilai  $a$  sebesar 9,76 yang artinya jika kualitas pelayanan ( $X$ ) konstan, maka nilai kepuasan pelanggan ( $Y$ ) akan sebesar 9,76. Sedangkan nilai  $b$  sebesar 0,185 yang menunjukkan koefisien regresi ( $X$ ), artinya jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,185.

2. Koefisien korelasi ( $r$ ) diperoleh nilai sebesar 0,376 masuk kriteria hubungan lemah yaitu berada pada rentang 0,20 – 0,399 dan koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,1413 atau 14%. Dari hasil uji-t memperlihatkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,348 > 1,668$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Hal ini menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$  maka benar ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis diterima.

## B. Saran

Sehubungan dengan hasil pengujian skor terhadap variabel kepuasan pelanggan, peneliti menilai bahwa hotel Pondok Losari di Makassar harus lebih memperhatikan beberapa hal:

1. Hotel Pondok Losari di Makassar harus memperhatikan kualitas pelayanannya terutama untuk fasilitas menu sarapan karena Berdasarkan hasil jawaban responden terkait variabel kualitas pelayanan dengan pernyataan “menu sarapan di Hotel Pondok Losari di Makassar sesuai dengan harga tarif hotel yang anda bayar” mendapatkan respon dengan nilai kurang sesuai terbanyak yaitu 15 responden dan tidak sesuai yaitu 1

responden. Diharapkan hotel Pondok Losari bisa memberikan menu sarapan yang lebih sesuai dengan harga tarif hotel yang pelanggan bayar.

2. Hotel Pondok Losari harus lebih memperhatikan kualitas produknya terutama sistem keamanan karena berdasarkan hasil jawaban responden terkait variabel kualitas pelayanan dengan pernyataan “Sistem pengamanan di Hotel Pondok Losari Makassar baik” mendapatkan respon kurang sesuai sebanyak 11 responden. Sehingga diharapkan pihak Hotel Pondok Losari lebih bisa meningkatkan pengamanan.
3. Hotel Pondok Losari di Makassar harus lebih memperhatikan kualitas pelayanannya terutama untuk kebutuhan pelanggan karena berdasarkan hasil jawaban responden terkait variabel kualitas pelayanan dengan pernyataan “Karyawan Hotel Pondok Losari di Makassar mengerti akan kebutuhan anda” mendapatkan respon kurang sesuai sebanyak 7 responden. Diharapkan hotel Pondok Losari di Makassar lebih bisa memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. 2016. Manajemen Pemasaran. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Adam, Muhammad. 2018. Manajemen Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Arifin, Zainal. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Kara Guest House Sragen. Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arnih. 2018. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di PT Federal International Finance Cabang Gowa, Jurnal

- Manajemen STIE Tri Dharma Nusantara Makassar.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Gava Media, Malang.
- Irawan, Handi, 2009. Indonesia Customer Satisfaction. PT. Alex Media Computindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran (Edisi Millennium) Jilid 2. Edisi 10. PT Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ketiga. Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran jasa. Edisi kedua. Salemba Empat, Jakarta
- Mahendra, I Komang Gede. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griya Sunset Kuta, Jurnal EMBA, Vol 4 No 2. Bali
- Narimawati, Umi. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Agung Media, Jakarta.
- Rahayu, Dewi Rachmawati dan Azis Fathoni. 2017. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus pada Hotel Gumaya di Semarang). Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Semarang.
- Sinambela, Lijan Poltak, dkk., 2011. Reformasi Pelayanan Publik. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sangadji, dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. CV Andi Offset, Yogyakarta
- Siregar, Putri Ramadhani. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Natama di Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung
- Suharsimi, Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sutopo dan Suryanto Adi. 2009. Pelayanan Prima. Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia, Jakarta.
- Suwito, Joko. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2016. Pemasaran: Esensi & Aplikasi. Andi Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2019. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Edisi terbaru. Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, F., & Chandra G. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta
- Umar, Husein. 2003. Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yazid. 2008. Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi. Edisi Kedua. EKONISIA, Yogyakarta