

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN JASA O.R 44 HOTEL PAGAR DEWA KOTA BENGKULU

Gindy Harsono<sup>1)</sup>; Septi Rindawati<sup>2)</sup>; Rudi Hartono<sup>3)</sup>

<sup>1)2)3)</sup> Study Program of Administration Business

<sup>1)2)3)</sup> Departement of Administration, STIA Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [nabilagmaharani94@gmail.com](mailto:nabilagmaharani94@gmail.com); <sup>2)</sup> [Rudihartonobadi11@gmail.com](mailto:Rudihartonobadi11@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

Received [04 Desember 2023]  
Revised [18 Desember 2023]  
Accepted [26 Januari 2024]

### KEYWORDS

consumer satisfaction ,service quality

### ABSTRAK

Masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu?, seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan dengan teknik menggunakan accidental sampling yaitu teknik yang sesuai dengan kriteria peneliti yaitu merupakan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang. Metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, dokumentasi, kepustakaan dan kuesioner. Teknik analisis data dengan melakukan uji validitas dan reabilitas, analisis deskriptif, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu. Dari hasil hitung dengan rumus Determinasi ini diperoleh besarnya tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu adalah sebesar 81,6%

### ABSTRACT

The problem presented in this research is how does service quality influence consumer satisfaction in using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City? How much influence does service quality have on consumer satisfaction in using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City? The purpose of this research is to determine the influence of service quality on consumer satisfaction in using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City, to find out how much influence service quality has on consumer satisfaction in using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City. Sampling in this study used a technique using accidental sampling, namely a technique that complies with the researchers' criteria, namely that they are consumers using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City with a sample size of 40 people. Data collection methods include observation, documentation, literature and questionnaires. Data analysis techniques include validity and reliability tests, descriptive analysis, and classical assumption tests. The research results showed that service quality has a significant effect on consumer satisfaction in using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City. From the results of calculations using the Determination formula, it is obtained that the level of influence of service quality on consumer satisfaction in using the services of O.R 44 Hotel Pagar Dewa, Bengkulu City is 81.6%

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan. Oleh karena itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para konsumennya.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin kritis akan pasar mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan selanjutnya untuk memuaskan konsumen. Pada awalnya setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda.

Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Artinya kita berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk dan/atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut

Kepuasan konsumen adalah tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible. (Zheithalm dalam Ariani, 2009:180)

Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan (Service Quality) adalah skala berbagai item secara singkat dengan keandalan dan validitas baik yang dapat digunakan oleh pengecer untuk memahami lebih baik pelayanan yang diharapkan dan dipersepsikan oleh konsumen dan sebagai hasilnya meningkatkan pelayanan (Zeithaml, 2013:30)

Kotler (2016:52) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya. Sedangkan Peter dan Olson (2014:157) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Hal ini disebabkan konsumen yang datang ke O.R 44 Hotel mempunyai motivasi atau pendorong yang berbeda dalam memanfaatkan produk jasa yang ditawarkan apakah menyewa kamar, memanfaatkan fasilitas yang ada seperti fasilitas rapat, hiburan dan lainnya, keistimewaan-keistimewaan yang ditawarkan oleh pihak hotel nantinya akan menjadi suatu indikator bagi kepuasan konsumen sehingga pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasanya.

Banyaknya perilaku usaha bergelut pada bidang usaha perhotelan membuat penulis memilih Hotel OR.44 Pagar Dewa Bengkulu menjadi tempat untuk dilakukannya penelitian, Hotel OR.44 Pagar Dewa Bengkulu merupakan Hotel Bintang tiga yang berlokasi di Pagar Dewa Bengkulu.

Menurut Wijaya (2018:3), perusahaan hotel merupakan salah satu sarana pokok dalam menyediakan penginapan, hotel memiliki pengertian yang berbeda bagi setiap orang. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengemukakan bahwa hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan orang yang sedang dalam perjalanan. (Wijaya 2018:3)

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah. (Al Bataafi Wisnu, 2015:4)

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik mengangkat permasalahan ini sebagai penelitian, dengan judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu":

## LANDASAN TEORI

### Definisi Hotel

Menurut (Wijaya, 2018:3) Perusahaan hotel merupakan salah satu sarana pokok dalam menyediakan penginapan, hotel memiliki pengertian yang berbeda bagi setiap orang. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengemukakan bahwa hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan orang yang sedang dalam perjalanan.

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian/seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah. (Al Bataafi Wisnu, 2015:4)

### Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan konsumen. Dengan adanya kualitas berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan konsumen dan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Geoth dan Davis yang bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Fandi Tjiptono, 2016:51)

Menurut Philip Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Aprilia, 2018:16). Menurut Bilson Simamora kata layanan lebih tepat dipakai dalam pemasaran sebab jika menggunakan kata tersebut perusahaan ditempatkan dalam posisi melayani sehingga harus peduli terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Layanan juga merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produk layanan bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (Bilson Simamora, 2018:171)

### Definisi Kepuasan Konsumen

Wilkie dan Tjiptono mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. (Ratih K. Dewi, 2015:48) Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan konsumen menurut (Husein, 2016:50) yaitu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang konsumen yang puas terhadap nilai yang diberikan oleh produk atau jasa kemungkinan besar akan menjadi konsumen dalam waktu yang lama.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen, baik berupa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yang timbul ketika membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut. (Sudaryono, 2016:78)

### Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah: (Anang Firmansyah, 2018:133)

1. Kualitas produk atau jasa
2. Harga
3. Service quality (Kualitas Pelayanan)
4. Emotional  
Biaya dan kemudahan

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Jenis penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. dengan pendekatan penelitian deskriptif karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antara variabel yang diteliti. Penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain Oleh karena itu penelitian kuantitatif secara tipikal dikaitkan dengan proses induksi numeratif, yaitu menarik kesimpulan berdasar angka dan melakukan abstraksi berdasar generalisasi (Asmadi Alsa, 2017:13)

## Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diinginkan dan relevan dengan pokok permasalahan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang dapat membantu dalam penulisan ini, adapun teknik yang penulis gunakan dalam pengumpulan data adalah :

### 1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang lain, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. (Sugiyono, 2019:206)

### 2. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif.

### 3. Kuisisioner

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2019:230).

Hasil analisis tersebut dikonfirmasi pada skala penilaian dalam tabel interval yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus} = I \frac{R}{K}$$

Keterangan :

I : Interval

R : Range (Nilai Tertinggi-Nilai Terendah)

K : Jumlah Kategori

(Sugiyono, 2019:143)

$$= \frac{50-10}{5} = 8,0 \text{ jadi interval penilaian adalah } 8,0$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala untuk dapat mengetahui tingkat rata-rata variabel. Berikut rentang skala dan kategori kriteria penilaian sebagai berikut :

**Tabel 1. Skala Penilaian Variabel**

NO	Skor Angket	Kategori Penilaian
1	42,00-50,00	Sangat Baik
2	34,00-41,99	Baik
3	26,00-33,99	Cukup Baik
4	18,00-25,99	Kurang Baik
5	10,00-17,99	Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2019)

## Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:244) menyatakan bahwa : “Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilisasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.”

### 1) Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan r tabel untuk degree of freedom (df)=n-k, dalam



hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika rhitung > rtabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali Imam, 2018:45)

2) Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Ghozali Imam, 2018:42)

3) Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yang perlu diuji kebenarannya dalam suatu penelitian. Sugiyono (2019 : 64) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut:

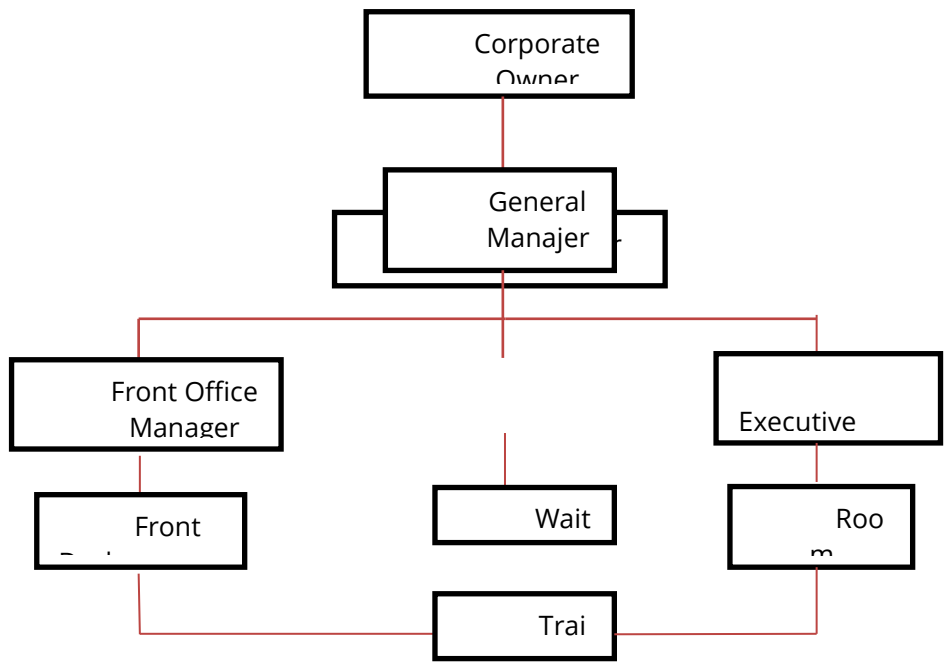
Dengan interprestasi Bila nilai signifikansi  $t < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi  $t > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Deskripsi Daerah Penelitian Sejarah Hotel OR.44

Hotel OR.44 merupakan hotel berbintang tiga yang didirikan oleh Robert Oktama S.E, Berlokasi di Pagar Dewa Bengkulu yang didirikan pada tanggal 04 November 2016 Hotel OR.44 Pagar Dewa adalah perusahaan manajemen hotel dan manajemen proyek yang berada di Indonesia yang berfokus pada layanan operasi untuk hotel, apartemen, pusat perbelajaan dan sekolah perhotelan. Hotel OR.44 Pagar Dewa Bengkulu juga mempunyai fasilitas lengkap baik berupa perlengkapan hotel, dari ruangan Kamar, Fasilitas ruangan, Lapangan Parkir luas, Ruangan Tunggu atau ruangan tamu beserta lainnya. Hotel OR.44 yaitu melayani dengan sopan, santun, ramah terhadap tamu yang menginap dan melayani perlengkapan yang diperlukan sesuai dengan kesediaan hotel tersebut.

Gambar 1. Struktur Organisasi



Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS 22. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan

Item angket	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,452	0,312	Valid
2	0,469	0,312	Valid
3	0,680	0,312	Valid
4	0,480	0,312	Valid
5	0,413	0,312	Valid
6	0,416	0,312	Valid
7	0,605	0,312	Valid
8	0,449	0,312	Valid
9	0,322	0,312	Valid
10	0,456	0,312	Valid

Tabel di atas, menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,312. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen

Item angket	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,530	0,312	Valid
2	0,372	0,312	Valid
3	0,501	0,312	Valid
4	0,689	0,312	Valid
5	0,550	0,312	Valid
6	0,711	0,312	Valid
7	0,604	0,312	Valid

Tabel di atas, menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,312. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

#### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Uji reliabilitas dilakukan setelah seluruh item pertanyaan sudah diuji validitasnya. Untuk mengetahui reabilitas angket digunakan perhitungan dengan metode belah dua, Hasil suatu pengukuran akan dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Kualitas Pelayanan	0,614	10
2	Kepuasan Konsumen	0,647	7

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal, dimana variabel kualitas pelayanan dengan nilai Cronbach's Alpha  $0,614 > 0,60$  dan variabel kepuasan konsumen berada pada nilai  $0,647 > 0,60$  Dengan demikian data dikatakan reabel artinya kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan

#### Uji Statistik Deskriptif

Untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Analisis deskriptif ditunjukkan untuk menggambarkan dan

mendeskripsikan data dari variabel independen berupa kualitas pelayanan dan variabel dependen berupa kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Hasil Pengujian Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	30,1250	2,13863	40
Kualitas Pelayanan	42,3000	2,59388	40

Pada variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai rata-rata sebesar 30,1250 atau 30,13% dengan standar deviasi sebesar 2,13864. Maka selanjutnya nilai hitung dikolerasikan pada Skala penilaian, dan ternyata hasil hitung adalah 30,13 pada penilaian terletak pada skala 29,41-35,00 dengan kategori penilaian sangat baik (sangat puas). Dengan demikian maka hasil penilaian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu termasuk dalam kategori sangat baik

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa selama periode pengamatan, variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 42,30 atau 42% dengan standar deviasi sebesar 2,59388. Maka selanjutnya nilai hitung dikolerasikan pada Skala penilaian, dan ternyata hasil hitung adalah 42,30 pada skala penilaian terletak pada skala 42,00-50,00 dengan kategori penilaian sangat baik. Dengan demikian maka hasil penilaian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu sudah termasuk dalam kategori sangat baik

**Uji Asumsi Klasik**

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasikakan dilakukan berikut ini:

**Uji Normalitas**

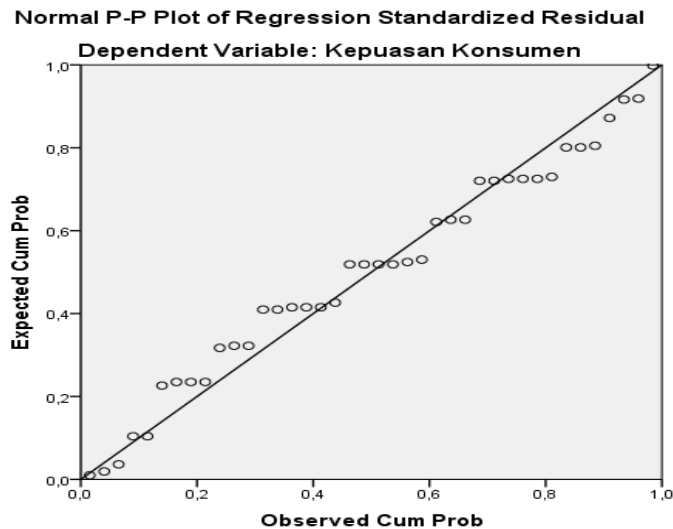
Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Kolmogorov-Smirnov Test) dengan signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas data dari residual yang diperoleh sebagai berikut

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters,a,b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23677139
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,092
	Negative	-,108
Test Statistic		,108
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200c,d

Berdasarkan hasil pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi di atas 0,05 yaitu sebesar 0,200 Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot-nya sebagai berikut .:

Gambar 2. Pengujian Normalitas



Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

#### Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui dari data pembagian kerja dengan motivasi kerja linier atau tidak. Jika terdapat hubungan linier maka digunakan analisis regresi linier. Sedangkan jika tidak terdapat hubungan linier antara dua variabel tersebut maka digunakan analisis regresi non-linier.

H0 = Tidak ada hubungan yang linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

H1 = Ada hubungan yang linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Uji linier dengan bantuan SPSS 22, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Output Uji Linieritas  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen	Between Groups	(Combined)	132,901	9	14,767	9,742	,000
		Linearity	118,720	1	118,720	78,322	,000
		Deviation from Linearity	14,181	8	1,773	1,169	,349
	Within Groups		45,474	30	1,516		
	Total		178,375	39			

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi deviation of linearity dari hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan > 0,05 dengan nilai Sig 0,349 yang berarti bahwa hubungan variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linier.

#### Uji Regresi Linieritas sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas terhadap satu terikat. Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linier sederhana:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana  
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,672	3,278		,510	,613
Kualitas Pelayanan	,673	,077	,816	8,696	,000



a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier seperti berikut ini:

$$Y = 1,672 + 0,673 X$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresinya yang diestimasikan sebagai berikut:

Angka konstan dari unstandardized coefficients. Dalam kasus ini dengan nilai sebesar 1,672. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan (X) maka nilai konsisten kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 1,672

Angka koefisien regresi. Nilai sebesar 0,673. Angka ini mengandung arti bahwa penambahan 1% kualitas pelayanan (X) maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,672

Karena nilai koefisien regresi bernilai (+) maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga persamaan regresinya adalah  $Y = 1,672 + 0,673 X$

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen, dari hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816a	,666	,657	1,25294

a. Predictors:(Constant), Kualitas Pelayanan  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas diketahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan melihat hasil nilai R = 0,816. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan menjelaskan perubahan pada variabel kepuasan konsumen sebesar 81,6% sedangkan sisanya yaitu 18,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

**Uji Hipotesis**

Selanjutnya untuk menyakinkan bahwa masing-masing variabel yaitu : kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen akan dilakukan pengujian secara parsial. Dari perhitungan komputer diperoleh nilai thitung sebagai berikut ini. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi < α (0,05). Berikut tabel hasil uji t."

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,672	3,278		,510	,613
Kualitas Pelayanan	,673	,077	,816	8,696	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil Uji t di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ha yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu yang menyatakan bahwa Ha diterima.

## Pembahasan

### Kualitas Pelayanan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa selama periode pengamatan, variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 42,30 atau 42,30 % dengan standar deviasi sebesar 2,59388. Maka selanjutnya nilai hitung dikolerasikan pada penilaian, dan ternyata hasil hitung adalah 42,30 pada skala penilaian terletak pada skala 42,00-50,00 dengan kategori penilaian sangat baik. Dengan demikian maka hasil penilaian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu sudah termasuk dalam kategori sangat baik.

Kualitas pelayanan merupakan hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang memberikan jasa. Kualitas pelayanan dapat diartikan juga sebagai semua bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan oleh perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen demi memenuhi harapan kepuasan pelanggan. Konsumen menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung, pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.

Parasuraman (2018:23) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan. Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu

Pada variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai rata-rata sebesar 30,1250 atau 30,13% dengan standar deviasi sebesar 2,13864. Maka selanjutnya nilai hitung dikolerasikan pada Skala penilaian, dan ternyata hasil hitung adalah 30,13 pada skala penilaian terletak pada skala 29,41-35,00 dengan kategori penilaian sangat baik. Dengan demikian maka hasil penilaian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu termasuk dalam kategori sangat baik

Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang diperoleh pelanggan atau tingkat kepuasan pelanggan setelah membandingkan kinerja dengan harapan yang diharapkan pelanggan. Jika hasil kinerja sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan hasil kinerja dibawah harapan yang diinginkan pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang makin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik dari pada terus-menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan citra positif dari mulut-kemulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru.

Menurut Kotler (2017:10) Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah dari pada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil Uji t di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu yang menyatakan bahwa  $H_a$  diterima

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan yang menjadi tujuan agar selalu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi dimana kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting didalam mempengaruhi kepuasan konsumen (Rosnaini Daga, 2017:78)

Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu

Dari tabel di atas diketahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan melihat nilai  $R = 0,816$  Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan menjelaskan perubahan pada variabel kepuasan konsumen sebesar 81,6% sedangkan sisanya yaitu 18,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model

Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan merupakan variabel penting bagi pihak O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu, karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini, mengindikasikan belum memahami keseluruhan pelayanan yang ditawarkan dari sudut pandang pelanggan. Kualitas pelayanan yang dibentuk dari sudut pandang pelanggan dapat memberikan nilai lebih terhadap jasa yang ditawarkan. Pelayanan yang berkualitas merupakan strategi manajemen yang mendasar bagi perusahaan terutama bagi perhotelan untuk mempertahankan pelanggan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohman dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel MR. Montir Citayam", menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Mr. Montir Citayam. Indikator-indikator dalam variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian dan analisis data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian di dapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu.

Dari hasil hitung dengan rumus Determinasi ini diperoleh besarnya tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu adalah sebesar 81,6%

### Saran

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen misalnya, efisiensi pelayanan dan efektifitas pelayanan, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

Diharapkan pihak hotel dapat lebih meyakinkan konsumen dengan lebih meningkatkan pelayanan agar konsumen dapat merasa puas dalam mendapatkan pelayanan

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Dorothea Wahyu. 2003. Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Agung, Nugroho, 2005. Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS. Andi Yogyakarta: Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta: Jakarta.
- Danang Sunyoto. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. CAPS. Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2001. Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan & Implikasi Manajerial. Majalah Manajemen Usahawan Indonesia: Jakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran Edisi 3. Andi Offset: Yogyakarta. Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25 edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah, 2011. Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya. Gava Media: Yogyakarta.

- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, Jhon, dkk. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jilid 2. Erlangga: Jakarta.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*, Edisi Kedua. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks: Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta: Bandung.