

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGUNAKAN JASA LAYANAN PADA ELITE HOTEL TEMBILAHAN

HELLY KHAIRUDDIN , SHEREEN FEBRI MELANY
hellykhairuddin@gmail.com, shereenfebrimelany@gmail.com

ABSTRACT

Abstrak This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Elite Hotel Tembilahan. The variables in this study consisted of dependent variables. The independent variables are Responsiveness (X1), Reliability (X2), Assurance (X3), Attention (X4), Tangible (X5) variables and the dependent variable is Consumer Satisfaction (Y).

This research was conducted at the Elite Hotel Tembilahan. In addition, the types of data used are quantitative and qualitative data types. In addition, the data sources used were secondary and primary data, the data collection technique was through a questionnaire with data analysis techniques using multiple linear regression equations.

From the research results, the equation of the multiple linear regression $5.644 + 0.412 (X1) + -0.086 (X2) + 0.484 (X3) + 0.386 (X4) + 0.676 (X5)$. the value of R Square (R^2) is 0.890 or 89%. This means that the variable of consumer satisfaction is influenced by five independent variables, namely responsiveness, reliability, attention, assurance and tangibles. And the remaining 11% is influenced by other variables that are not included in this research variable. Based on the partial test that the Responsiveness variable (X1) partially affects consumer satisfaction (Y), Reliability (X2) does not partially affect consumer satisfaction (Y), Guarantee (X3) partially affects consumer satisfaction, Attention (X4) partially affect consumer satisfaction (Y), Tangible (X5) partially affect consumer satisfaction (Y). Based on the simultaneous test that the Responsiveness (X1), Reliability (X2), Assurance (X3), Attention (X4), Tangible (X5) variables simultaneously affect consumer satisfaction (Y).

Keywords: Responsiveness, Reliability, Assurance, Attention, Tangible, Consumer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Elite Hotel Tembilahan. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel Daya Tanggap (X1), Keandalan (X2), Jaminan (X3), Perhatian (X4), Berwujud (X5) dan variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Penelitian ini dilakukan pada Elite Hotel Tembilahan. Selain itu Jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif dan kualitatif. Selain itu sumber data yang digunakan data sekunder dan primer, teknik pengumpulan data yaitu melalui kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan persamaan regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian diperoleh persamaan garis regresi linier berganda adalah $Y = 5,644 + 0,412 (X1) + -0,086 (X2) + 0,484 (X3) + 0,386 (X4) + 0,676 (X5)$. nilai R Square (R^2) sebesar 0,890 atau 89% . Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima variabel bebas yaitu daya tanggap, keandalan, perhatian, jaminan dan berwujud. Dan sisanya 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan

dalam variabel penelitian ini. Berdasarkan uji secara parsial bahwa variabel Daya Tanggap (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), Kehandalan (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), Jaminan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, Perhatian (X4) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), Berwujud (X5) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan uji secara simultan bahwa variabel Daya Tanggap (X1), Kehandalan (X2), Jaminan (X3), Perhatian (X4), Berwujud (X5) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kata Kunci: Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Perhatian, Berwujud, Kepuasan Konsumen.

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Elite Hotel Tembilahan sebagai salah satu hotel yang ada di kota Tembilahan yang selalu mengutamakan kualitas serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan para konsumen. Dengan adanya para pesaing seperti Hotel TOP5, Hotel Arrahman, Hotel Harmoni membuat Elite Hotel Tembilahan harus terus berbenah untuk tetap mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah ke para pesaing. Keadaan seperti ini tentu saja akan membawa dampak terhadap bisnis jasa penginapan di kota Tembilahan. Apabila hal tersebut berkembang dengan baik maka persaingan tersebut akan memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian kota Tembilahan.

Bisnis jasa layanan hotel menjadi sangat penting mengingat kebutuhan terhadap jasa penginapan bagi wisatawan maupun pebisnis yang sedang melakukan aktivitas di kota Tembilahan sangat tinggi. Oleh karena itu Elite Hotel Tembilahan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain.

Elite Hotel Tembilahan merupakan salah satu hotel yang berada di Tembilahan dan terletak di jalan Haji Said dan sudah berdiri sejak tahun 2018. Meskipun Elite Hotel Tembilahan terbilang baru, namun cukup terkenal di kalangan masyarakat karena letaknya yang strategis dan berada ditengah-tengah kota Tembilahan. Elite Hotel Tembilahan juga mudah diakses melalui platform media sosial, sehingga memudahkan pengunjung diluar daerah untuk melakukan pemesanan secara online. Elite Hotel Tembilahan memiliki fasilitas aula yang cukup luas yang bisa digunakan untuk acara-acara seperti seminar, dan rapat lainnya.

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tidak semata-mata pelayanan yang baik oleh Elite Hotel Tembilahan, namun pada dasarnya konsumen juga memiliki keinginan agar Elite Hotel Tembilahan mampu dalam penyediaan sarana dan prasarana serta fasilitas pelayanan yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen.

Dengan demikian adanya sarana dan prasarana yang ada diharapkan Elite Hotel Tembilahan ini mampu bersaing dengan perhotelan lainnya yang ada di Tembilahan sehingga perubahan-perubahan yang bergerak dibidang jasa ini mampu bergerak dan berkembang demi

kelangsungan dalam mempertahankan perusahaan serta memperoleh konsumen yang lebih banyak lagi.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Layanan Pada Elite Hotel Tembilahan"**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: "Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa layanan pada Elite Hotel Tembilahan?"

B. TELAAH PUSTAKA

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Eshetie, Seyoum dan Ali (2016:74) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi alat ukur untuk menilai bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Demikian juga menurut C.Gronroos dalam Albarq (2013:701) kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan antara harapan dan persepsi tentang pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang didapatkan.

Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan, untuk itu menurut Aryani dan Rosita dalam Alaan (2016 : 256) upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan penting untuk dilakukan bagi keberlangsungan bisnis, dimana dengan adanya kualitas layanan yang baik nilai yang dihantarkan kepada pelanggan menjadi lebih positif, dan

akan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

- a. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
- b. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan 34 konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
- c. Jaminan (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan, keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada

konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

- d. Perhatian (Empathy), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.
- e. Berwujud (Tangible), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013:64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Ada dua hipotesis yang akan penulis lakukan yaitu hipotesis simultan dan hipotesis parsial. Berdasarkan latar belakang dan telaah pustaka maka dapat ditarik satuhipotesis, yaitu:

1. Diduga daya tanggap (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) padaElite HotelTembilahan.

2. Diduga kehandalan (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Elite HotelTembilahan.
3. Diduga jaminan (X3) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Elite Hotel Tembilaan.
4. Diduga perhatian (X4) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Elite Hotel Tembilaan.
5. Diduga berwujud (X5) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Elite Hotel Tembilaan.
6. Diduga daya tanggap (X1) , kehandalan (X2), jaminan (X3), perhatian (X4), berwujud (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Elite Hotel Tembilaan

Variabel Penelitian

Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X), terdiri dari:

- a. Daya tanggap (X1)
- b. Kehandalan (X2)
- c. Jaminan (X3)
- d. Perhatian (X4)
- e. Berwujud (X5)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Populasi

Populasi Merupakan Sebagai Wilayah Generalisasi Yang Terdiri Atas Objek/Subjek Yang Mempunyai Kualitas Dan Karakteristik Tertentu Yang Ditetapkan Oleh Peneliti Untuk Dipelajari Dan Kemudian Ditarik

Populasi Merupakan Sebagai Wilayah Generalisasi Yang Terdiri Atas Objek/Subjek Yang Mempunyai Kualitas Dan Karakteristik Tertentu Yang Ditetapkan Oleh Peneliti Untuk Dipelajari Dan Kemudian Ditarik Kesimpulannya. Oleh Karena Itu, Yang Menjadi Populasi Dalam Penelitian Ini Adalah Konsumen Atau Pelanggan Yang Menggunakan Jasa Inap Pada Elite Hotel Tembilahan.

Sampel

sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Roscoe dalam Sugiyono (2015:12) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 s/d 500. Berdasarkan data penjualan yang dicapai pada tahun 2020 tercatat jumlah konsumen yang menggunakan jasa penginapan Elite Hotel Tembilahan sebanyak 5.204 orang. Dengan demikian jumlah sampel ditetapkan sebanyak 98 orang, yang mana penetapan jumlah tersebut adalah berdasarkan rumus Slovin (Umar, 2005; 108), yakni seperti berikut.

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

Dimana :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = error (Kesalahan Pengganggu)

Maka sampel yang didapat :

$$n = 5.204$$

$$1 + 5.204 (10\%)^2$$

$$n = 5.204$$

$$1 + 5.204 (0,01)$$

$$n = 5.204$$

$$1 + 52,04$$

$$n = 5.204$$

$$53,04$$

$$n = 98,11 \text{ (dibulatkan menjadi 98 orang)}$$

Dengan melihat hasil perhitungan diatas, maka pengambilan sampel untuk penelitian ini ditetapkan menjadi 98 orang.

Analisa Data

Dalam analisis data ini menggunakan teknik pengolahan data penelitian secara kuantitatif yakni suatu teknik penelitian yang analisisnya memakai analisis statistik dengan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif, Teknik analisa data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.0 *For Windows* yang merupakan salah satu aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Analisa data tersebut diantaranya

1. Analisis regresi berganda

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Metode ini dilakukan untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (Multiple regresional analisis). Regresi berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen. Sedangkan yang menjadi variabel kualitas pelayanan (X). Model hubungan kepuasan konsumen dengan variabel variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut: $Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Daya Tanggap

X2 = Keandalan

X3 = Jaminan
 X4 = Perhatian
 X5 = Berwujud
 b1 = Koefisien regresi daya tanggap
 b2 = Koefisien regresi kehandalan b3
 = Koefisien regresi jaminan
 b4 = Koefisien perhatian
 b5 = Koefisien berwujud
 e = Nilai Residu

2. Uji Hipotesis
 - Uji Determinasi
 - Uji Parsial (t)
 - Uji F

Hasil Penelitian

Analisis regresi merupakan studi yang membahas masalah hubungan fungsional antara variabel variabel yang dinyatakan dalam persamaan matematik. Dalam analisis regresi akan dikembangkan sebuah persamaan regresi yaitu suatu rumus matematika yang mencari nilai variabel dependen dari variabel independen yang diketahui. Analisis digunakan terutama untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut disajikan hasil analisis menggunakan SPSS yang menunjukkan nilai koefisien persamaan garis regresinya.

Tabel 1 : Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			Standard t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,644	1,690		3,333	,001
Daya Tanggap	,412	,213	,191	1,939	,066
Kehendalan	-,086	,228	-,028	-,363	,700
Jaminan	,484	,190	,278	2,545	,012
Perhatian	,386	,197	,262	1,962	,063
Berwujud	,676	,136	,319	5,009	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Olahan SPSS, 2021

- a. Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dirumuskan ke dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5,644 = 0,412 (X1) + -0,086 (X2) + 0,484 (X3) + 0,386 (X4) + 0,676 (X5)$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa :

Diketahui nilai konstan (a) sebesar 5,644 yang berarti nilai konstanta positif maka kepuasan konsumen akan tetap sebesar 5,644.

Diketahui variabel daya tanggap (X1) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,412 yang berarti jika daya tanggap meningkat sebesar 1%. Maka variabel daya tanggap akan tetap sebesar

- b. Diketahui nilai konstan (a) sebesar 5,644 yang berarti nilai konstanta positif maka kepuasan konsumen akan tetap sebesar 5,644.
- c. Diketahui variabel daya tanggap (X1) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,412 yang berarti jika daya tanggap meningkat sebesar 1%. Maka variabel daya tanggap akan tetap sebesar 0,412.
- d. Diketahui variabel kehandalan (X2) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0,086 yang berarti jika kehandalan mengalami penurunan sebesar 1%. Maka variabel kehandalan akan tetap sebesar -0,086.
- e. Diketahui variabel jaminan (X3) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,484 yang bebrarti jika jaminan meningkat 1%. Maka variabel jaminan akan tetap sebesar 0,484.
- f. Diketahui variabel perhatian (X4) mempunyai nilai koefisien regresi 0,386 yang berarti jika variabel perhatian meningkat 1%. Maka variabel perhatian akan tetap sebesar 0,386.
- g. Diketahui variabel berwujud (X5) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,676 yang berarti variabel berwujud meningkat 1%. Maka variabel berwujud akan tetap sebesar 0,676.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 2: Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,943 ^a	,890	,894	1,94677
a. Predictors: (Constant), Berwujud, Kehandalan, Jaminan, Daya Tanggap, Perhatian				

Sumber : Data Olahan SPSS, 2021
Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai R Square (R²) sebesar 0,890 atau 89% . Hal ini berarti variabel kepuasan kosumen dipengaruhi oleh lima variabel bebas yaitu daya tanggap, kehandalan, perhatian, jaminan dan berwujud. Dan sisanya 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini.

Uji statistik t

Tabel 3: Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1. (Constant)	5,044	1,890		3,332	,001
Daya Tanggap	,412	,213	,101	1,938	,056
Kehandalan	,386	,224	,098	1,723	,093
Jaminan	,484	,193	,178	2,505	,012
Perhatian	,386	,197	,107	1,962	,053
Berwujud	,675	,108	,329	6,369	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data Olahan SPSS, 2021
Berdasarkan tabel diatas secara terperinci dihasilkan pengujian sebagai berikut :

1. Daya Tanggap (X1)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 1,938 dan untuk t tabel dengan derajat kebebasan (df) n-k atau 98-1 = 97. Dengan pengujian 5% atau 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Sehingga t hitung 1,938 > 1,660 dan nilai signifikan 0,056 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

2. Kehandalan (X2)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa t hitung sebesar -0,383 dan untuk t tabel dengan derajat kebebasan (df) n-k atau 98-1=97. Dengan pengujian 5% atau 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Sehingga t hitung -0,383 < t tabel 1,660. Dan nilai signifikan 0,703 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel

kehandalan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

3. Jaminan (X3)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa t hitung sebesar 2,645 dan untuk t tabel dengan derajat kebebasan (df) n-k atau 98-1=97. Dengan pengujian 5% atau 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Sehingga t hitung 2,645 > t tabel 1,660. Dan nilai signifikan 0,010 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

4. Perhatian (X4)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa t hitung sebesar 1,962 dan untuk t tabel dengan derajat kebebasan (df) n-k atau 98-1=97. Dengan pengujian 5% atau 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Sehingga t hitung 1,962 > t tabel 1,660. Dan nilai signifikan 0,053 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel perhatian berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

5. Berwujud (X5)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa t hitung sebesar 6,369 dan untuk t tabel dengan derajat kebebasan (df) n-k atau 98-1=97. Dengan pengujian 5% atau 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Sehingga t hitung 6,369 > t tabel 1,660. Dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel berwujud berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F statistik digunakan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil perhitungannya terangkum pada tabel berikut.

Tabel 4: Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	2015,878 ^a	5	403,176	148,648	,000 ^b
Residual	249,491	92	2,712		
Total	2265,061	97			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen
b. Predictors: (Constant), berwujud, kehandalan, jaminan, daya tanggap, perhatian

Pengujian hipotesis mengenai variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan pada tabel diatas diperoleh nilai Fhitung yaitu 12,110 yang mana Ftabel dari 50 Responden adalah 4,03, sehingga Fhitung lebih besar dari Ftabel, $12,110 > 4,03$. Dan pada nilai signifikannya sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa nilai signifikan pada tabel diatas ($0,000a$) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli Di Tembilahan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Hasil dari ppengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 89%. Dan sisanya 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini, Seperti Harga, Tempat, Promosi.
- Uji Hipotesis
 - Uji Parsial
 - Diketahui daya tanggap (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $1,938 > 1,660$ t tabel dan nilai signifikan $0,056 > 0,05$.
 - Diketahui kehandalan (X) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $-0,388 < 1,660$ t tabel dan nilai signifikan $0,703 > 0,05$.
 - Diketahui jaminan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $2,645 > 1,660$ t tabel dan nilai signifikan $0,10 < 0,05$.
 - Diketahui perhatian (X4) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

dengan t hitung $1,962 > 1,660$ t tabel dan nilai signifikan $0,053 > 0,05$.

Diketahui berwujud (X5) berepengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $6,369 > 1,660$ t tabel dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Uji Simultan

Diketahui variabel

kualitas pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian, berwujud berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan f hitung sebesar $148,648 > 3,94$ f tabel dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Saran

Dalam sebuah perhotelan pelayanan yang sangat baik sangat perlu diterapkan kepada konsumen agar konsumen tersebut merasa bahwa ia sangat diutamakan. Mulai dari kecepatan pelayanan yang berikan oleh karyawan maupun pimpinan, kecepatan dalam menangani masalah yang ada, Dan memberikan perhatian kepada konsumen misalnya dengan menyapa atau tersenyum kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar tercapainya suatu keinginan ataupun harapan yang baik dalam sebuah hotel.

Untuk membuat majunya sebuah hotel tersbut sebaiknya perlu memperhatikan beberapa hal yang sangat penting diantaranya harga, karena harga merupakan salah satu penentuan ataupun keputusan yang dilihat oleh konsumen untuk menginap disebuah hotel. Untuk itu sebaiknya harga yang diberikan oleh elite hotel tembilahan harus standar dan sesuai dengan kualitas dari hotel tersebut. Kemudian tempat, karena tempat juga merupakan salah satu hal yang terpenting dalam membangun hotel, misalnya tempat yang sangat strategis dan terletak pada pusat kota bisa membuat hotel tersebut mudah di temukan oleh konsumen. Yang terakhir promosi, promosi adalah salah satu cara untuk

mengenai sebuah produk ataupun jasa yang kita miliki, untuk hal ini Elite Hotel Tembilahan harus mempromosikan hotelnya misalnya dengan membagikan brosur ataupun memberikan diskon setiap tahunnya kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaan, Yunus. 2016. Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian Pada Hotel Serela Bandung. Jurnal Manajemen. Volume 13, Nomor 2.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Penerbit: Alfabeta.
- Ambika Shastri, 2015, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Motor Paramitha Graha Denpasar, Jurnal EMBA, vol.2, no.2.
- Bharwana, TK., Mohsin Bashir dan Muhammad Mohsin, (2013), "Impact of Service Quality on Customers' Satisfaction: A Study from Service Sector especially Private Colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan," International Journal of Scientific and Research Publications, Vol. 3, No. 5, ISSN 2250-3153
- Canalini, Paulus Kindangen, dan Ferdinand Tumewu. 2016. The influence of service quality on customer satisfaction in Gran Puri Hotel Manado. JBIE, Vol. 16 No.1.
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Donkoh et al. Customer satisfaction and perceptions about food services on the University for Development Studies Campus. (2012 - 41.66.217.101)
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016: 284). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016: 157). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi.
- Husein Umar. (2005), Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis, Jakarta: Grafindo Persada
- Jaspar, Farida. 2011. Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Kotler, Phillip, Gary Armstrong, 2009. Principle of Marketing, Pearson/Prentice Hall
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Oldhy Ardana. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Caesar), Jurnal UB, Vol.1, No.2.
- Petzer, Daniel. (2014). Dining atmospherics and food and service quality as predictors of customer satisfaction at sit- down restaurants. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol 3.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, Jurnal Manajemen dan Start- Up Bisnis, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-

1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.(2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi