

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL BROWN FEATHER BATU BELIG

Apolinaris Hendrawan¹, IWK Teja Sukmana²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out if there is a certain influence from the service quality dimension with const of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to effect on guest satisfaction at Brown Feather Hotel. The sample in this research was 100 respondents by using the accidental sampling approaches and analysis, multiple correlation, determination, t-test and f-test. Based on result of the research which shows statistic data analyze the indicators in this research were valid and reliable. On the classic assumption test, the model of free multicollinearity regression, there is no heteroscedasticity and normal distribution. The regression equation with is $Y = -2,344 + 0,130x_1 + 0,192x_2 + 0,295x_3 + 0,183x_4 + 0,279x_5$. Results from multiple linear regression analysis showed that the most significant variables significantly influenced were tangible 4,100, responsiveness 3,920, empathy 3.139, reliability 2,779 Then the variable that has the lowest significantly influence is assurance 2,522 to customer satisfaction, $R=0,775$; Value off-count were greater than f-table ($71.392 > 2,744$); The value of determination was received 57,9% It means that independence variable have a positive influence and significant on dependence variables. By that research can be concluded that there is influence service quality and guest satisfaction both in the partial and simultaneous. .

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Guest Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian inia dalah untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan pendekatan accidental sampling dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, linieritas, uji T- test dan F- test. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh analisis data statistik dengan indikator -indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliable. Pada pengujian asumsiklasik, model regresi bebas, multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Dengan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = -2,344 + 0,130x_1 + 0,192x_2 + 0,295x_3 + 0,183x_4 + 0,279x_5$. Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh signifikan adalah *tangible* 4,100, *responsiveness* 3,920, *empathy* 3.139, *reliability* 2,779 Kemudian variabel yang berpengaruh signifikan paling rendah adalah *assurance* 2,522, $R = 0,775$ nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel ($28,187 > 2,33$); nilai determinasinya sebesar 0,579 (57,9%), artinya variabel bebas memiliki pengaruh prositif secara simultan dan signifikan terhadap variabel terikat. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Kepuasan Tamu*

PENDAHULUAN

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin keritis akan pasar mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Karena perusahaan dibidang 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 perusahaan mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut.

Hotel Brown Feather merupakan salah satu hotel yang terletak di jalan Batu Belig, memiliki 16 kamar dengan pemandangan persawahan dan situasi yang tenang serta udara yang sejuk dan memiliki fasilitas, kolam renang, restoran, *wifi*, *bicycle free*, dan *airport transport*. Jumlah kunjungan tamu Hotel Brown Feather pada tahun 2014-2016

Tabel 1.1

Jumlah Tamu Yang Menginap di Hotel Brown Feather Batu Belig Tahun 2014 - 2016

Bulan	2014	2015	2016
Januari	716	624	253
Februari	446	562	500
Maret	386	440	648
April	692	596	718
Mei	622	642	812
Juni	700	624	620
Juli	834	726	780
Augustus	858	764	842
September	774	790	666
Oktober	790	832	614
November	728	686	444
Desember	680	648	502
Jumlah	8226	7934	7399

Sumber : Reception Hotel Brown Feather 2017

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa Jumlah wisatawan yang menginap di Hotel Brown Feather Batu Belig mengalami penurunan setiap tahunnya kecuali pada bulan Maret, April dan Mei, yang mengalami peningkatan pada tahun 2016 dan pada bulan Januari jumlah tamu yang menginap sangat sedikit. Selain itu Hotel Brown Feather menemukan beberapa keluhan-keluhan para tamu, kejadian ini membuat manajemen harus melakukan evaluasi-evaluasi dan menunjukkan kelebihan yang dimiliki sehingga konsumen tertarik untuk menginap di Hotel Brown Feather selain itu juga hotel brown feather. Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel brown feather batu belig"

KAJIAN PUSTAKA

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Menurut Sulastiyono (2011:5) Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang di terima tanpa adanya perjanjian kusus.

Menurut Kotler (2002:486) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa bukanlah barang, tetapi suatu aktifitas yang tidak dapat dirasakan secara fisik dan membutuhkan interaksi antara satu pihak ke pihak lain.

Menurut Lovelock dan Wright (2007 : 102) kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek terhadap kinerja jasa tertentu. Pelanggan mengalami berbagai kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Karena kepuasan adalah keasaan emosional, reaksi, pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.

Berry dan Zenthaml (Lupiyoadi,2006:181) *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182) ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Tangible atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. Reliability atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di hotel brown feather, yang berlokasi di Jl. Batu belig no 100, Badung, Bali, Indonesia. Dengan objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel brown feather batu belig

METODE PENENTUAN SAMPEL

Arikunto (2006:134) tentang penentuan sampel penelitian menyatakan apabila subjek kurang dari 100 orang lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental Sampling*. Sugiyono (2009 : 67) teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel,

Populasi pada Hotel Brown Feather yaitu jumlah tamu yang menginap pada tahun 2016. 7399 orang dengan rata-rata perbulan adalah sebanyak 6166 orang. Jumlah sampel atau ukuran sampel (*sample size*) ditetapkan dengan metode slovin yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel masih ditolerir atau di inginkan. Dalam penelitian ini persen kelonggaran ditetapkan sebesar 10%. Maka dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 orang yang merupakan hasil dari :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{6166}{1+(6166).(0.10\%)^2} = \frac{6166}{617} = 99,6 = 100 \text{ orang}$$

Maka dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 orang tamu yang menginap di Hotel Brown Feather Batu Belig.

Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya Jawab langsung dengan front office manager dan dibantu oleh staff Hotel Brown Feather Batu Belig untuk memperoleh data.
2. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan peneliti datang secara langsung pada objek yang diteliti, tujuannya untuk mengetahui dengan jelas pokok permasalahan yang di inginkan dan ditanya akan lebih relevan
3. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara datang langsung menyebarkan pertanyaan-pertanyaan kepada tamu yang menginap di Hotel Brown Feather Batu Belig

Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan reliabilitas
 - Uji validitas digunakan dengan mengukur korelasi antar item atau dengan skor total. Uji validitas akan menggunakan korelasi *product moment*. Instrumen dinyatakan valid bila koefisien korelasi (r) $\geq 0,3$ dan tidak valid bila $r < 0,3$.
 - Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah tersebut dapat dipercaya, handal dan akurat. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan formula koefisien *alpha cronbach*. Instrumen dikatakan reliable bila $r_i > 0,6$, dan tidak reliable jika $r_i < 0,6$.
2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. (Ghozali, 2005:110).
 - b. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). (Ghozali, 2005:91).
 - c. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. (Ghozali, 2005:105)
 - d. Uji linearitas
 - Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier (Syofian Siregar, 2013:178).
3. Analisis Regresi Linear Berganda
 - dipergunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Gozali 2005:82),
4. Analisis Korelasi Berganda
 - Bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat antara variabel bebas *tangible* (x_1), *reliability* (x_2), *responsiveness* (x_3), *assurance* (x_4), dan *empathy* (x_5) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (y) (Sugiyono 2009:228)
5. Analisis Koefisien Determinasi
 - Menurut Sugiyono (2004:213) analisis ini digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah model analisis regresi ini sudah layak dan seberapa besar hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat

- $Y = -2,344 + 0,130x_1 + 0,192x_2 + 0,295x_3 + 0,183x_4 + 0,279x_5$
 $a =$ konstanta sebesar -234 artinya apabila nilai variabel bukti langsung, daya tanggap, jaminan, dan empati sama dengan nol atau tidak mengalami perubahan maka kepuasan tamu akan memiliki nilai sebesar -2344.
 $b_1 =$ 0,130 memiliki arti apabila setiap peningkatan pada variabel *tangible* (X_1) di Hotel Brown Feather Batu Belig maka setiap penambahan *tangible* (X_1) sebesar 1 satuan akan diiringi oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,130. Dengan asumsi bahwa *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *empathy* (X_5) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.
 $b_2 =$ 0,192 memiliki arti apabila setiap peningkatan pada variabel *reliability* (X_2) di Hotel Brown Feather Batu Belig, maka penambahan *reliability* (X_2) sebesar 1 satuan akan disertai oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,192 dengan asumsi bahwa *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *empathy* (X_5), dan *tangible* (X_1) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.
 $b_3 =$ 0,295 memiliki arti apabila setiap peningkatan pada variabel *responsiveness* (X_3) di Hotel Brown Feather Batu Belig maka setiap penambahan *responsiveness* (X_3) sebesar 1 satuan akan disertai oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,295 dengan asumsi bahwa *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *assurance* (X_4), *empathy* (X_5), dan sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan
 $b_4 =$ 0,183 memiliki arti apabila setiap peningkatan pada variabel, *assurance* (X_4) di Hotel Brown Feather Batu Belig maka setiap penambahan *assurance* (X_4) sebesar 1 satuan akan disertai oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,183 dengan asumsi bahwa *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), dan *empathy* (X_5) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan
 $b_5 =$ 0,279 memiliki arti apabila setiap peningkatan pada variabel *empathy* (X_5) di Hotel Brown Feather Batu Belig maka setiap penambahan *empathy* (X_5) sebesar 1 satuan akan disertai oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,279 dengan asumsi bahwa *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), dan *assurance* (X_4) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sama - sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan tamu.

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 4.14
Hasil uji korelasi berganda
Model summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.600	.579	.703

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2017

Dari hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.14, dapat diketahui besarnya nilai koefisien korelasi, yaitu sebagai berikut : Koefisien korelasi (R) sebesar 0.775 menurut Sugiono (2014:287) jika koefisien korelasi bernilai dari 0,60 - 0,799, maka dikategorikan dalam tingkat hubungan yang kuat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat kuat antara *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather Batu Belig

ini menunjukkan dimensi kualitas pelayanan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* ditingkatkan, kepuasan tamu Hotel Brown Feather batu belig akan meningkat pula

Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan sebagai alat untuk mengetahui besarnya persentase hubungan atau pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) terhadap variabel dependen (kepuasan tamu), yang dinyatakan dalam persentase. Berdasarkan data pada Tabel 1 diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,759 atau dalam persentase 75,9 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel independen (kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) terhadap variabel dependen (kepuasan tamu) sebesar 75,9%. Sedangkan sisanya sebesar 42,1 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

Uji T

Uji t di gunakan untuk menguji signifikan masing-masing koefisien regresi atau tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga di ketahui bahwa ada pengaruh positif secara parsial antara *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan tamu.

- a. Pengaruh Variabel *Tangible* Terhadap Kepuasan Tamu
Hasil uji t variabel *tangible* diperoleh nilai t hitung sebesar 4,100 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *tangible* terhadap kepuasan tamu
- b. Pengaruh Variabel *Reliability* Terhadap Kepuasan Tamu
Hasil uji t variabel *reliability* diperoleh nilai t hitung sebesar 2,779 dengan taraf signifikan $0,007 < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *reliability* terhadap kepuasan tamu
- c. Pengaruh Variabel *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Tamu
Hasil uji t variabel *responsiveness* diperoleh nilai t hitung sebesar 3,920 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *responsiveness* terhadap kepuasan tamu.
- d. Pengaruh Variabel *Assurance* Terhadap Kepuasan Tamu
Hasil uji t variabel *assurance* diperoleh nilai t hitung sebesar 2,522 dengan taraf signifikan $0,013 > 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *assurance* terhadap kepuasan tamu
- e. Pengaruh Variabel *Empathy* Terhadap Kepuasan Tamu
Hasil uji t variabel *empathy* diperoleh nilai t hitung sebesar 3,139 dengan taraf signifikan $0,002 > 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel *empathy* terhadap kepuasan tamu

Uji F

Dalam penelitian ini uji F-test digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84)

Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	69.648	5	13.937	28.187	.000 ^a
Residual	46.476	94	.494		
Total	116.160	99			

a. Predictors(Constant),X5, X4,X3,X2,X1

b. Dependent Variabel

Sumber : Data diolah 2017

Karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ ($28,187 > 2,33$) serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak, menolak H_0 sama dengan menerima H_a sehingga hipotesis yang diajukan terbukti, yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather Batu Belig. Untuk membuktikan H_0 diterima atau ditolak sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka digunakan uji satu sisi yaitu sisi kanan

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

1. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara bukti langsung terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather, dibuktikan dengan nilai $t_{\text{hitung}} = 4,100$ lebih besar dibandingkan nilai $t_{\text{tabel}} = 2,000$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,000 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,05$.
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kehandalan terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather, dibuktikan dengan nilai $t_{\text{hitung}} = 2,779$ lebih besar dibandingkan nilai $t_{\text{tabel}} = 2,000$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,007 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,05$.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kehandalan terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather, dibuktikan dengan nilai $t_{\text{hitung}} = 3,920$ lebih besar dibandingkan nilai $t_{\text{tabel}} = 2,000$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,000 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,05$.
4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara daya tanggap terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather, dibuktikan dengan nilai $t_{\text{hitung}} = 2,522$ lebih besar dibandingkan nilai $t_{\text{tabel}} = 2,000$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,013 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,05$.
5. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara jaminan terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather, dibuktikan dengan nilai $t_{\text{hitung}} = 3,139$ lebih besar dibandingkan nilai $t_{\text{tabel}} = 2,000$ dengan tingkat signifikannya sebesar 0,002 yang memenuhi ketentuan signifikannya $< 0,05$.
6. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan tamu di Hotel Brown Feather. Dibuktikan dari persamaan regresi linear berganda, dimana $Y = -2,344 + 0,130x_1 + 0,192x_2 + 0,295x_3 + 0,183x_4 + 0,279x_5$. Pengaruh dimensi kualitas jasa (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap kepuasan tamu (Y) di Hotel Brown Feather mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat.

Hal ini berdasarkan nilai korelasi berganda sebesar $R\ 0,775$ dalam uji F (F_{test}), F_{hitung} (28,187) lebih besar dari F tabel (2,33) yang berarti H_0 di tolak H_a diterima.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh Hotel Brown Feather sebagai berikut

- 1 Variabel *tangible*, dari kelima indikator tersebut penataan kamar berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan tamu oleh karena itu Hotel Brown Feather harus memberikan pelatihan kepada staff khususnya dalam penataan kamar agar kepuasan tamu semakin meningkat.
- 2 Variabel *reliability* dengan indikator kemampuan staff dalam memberikan layanan kepada tamu berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan tamu hal ini menjadi bahan evaluasi pihak Hotel Brown Feather untuk memberikan pelatihan kepada karyawannya.
- 3 Variabel *responsiveness* dengan indikator tanggap terhadap keluhan berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan tamu penilaian ini membuat staff Hotel Brown Feather untuk kedepannya lebih peka terhadap keluhan tamu.
- 4 Variabel *assurance* dengan indikator keramahan staff dalam melayani tamu berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan tamu penilaian ini menjadi bahan pelajaran untuk kedepannya Staff Hotel Brown Feather selalu ramah dalam melayani tamu.
- 5 Variabel *empathy* dengan indikator mengetahui keinginan tamu berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan tamu, kejadian ini menjadi bahan pertimbangan untuk kedepannya staff Hotel Brown Feather untuk lebih peka akan kebutuhan tamu.
- 6 Dari indikator-indikator variabel yang berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan tamu diharapkan selalu dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan tamu untuk kedepannya

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Ghozali, 2005 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler 2002 "*Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 "PT Prenhallindo.Jakarta
- Kotler dan Armstrong, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta Erlangga
- Kotler and Keller. 2009 *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Ke 13 Jakarta Erlangga
- Lovelock dan wright 2007 *Service Marketing : People, Technology Six Edition*. Singapore
- Lupiyoadi, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* Jakarta : PT Salemba Empat
- Siregar, 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* Penerbit Prenada Media Group