

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP
PADA HOTEL DUTA JAMBI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi

OLEH

Nama : Yowan Marcelina Br Aritonang
Nim : 1400861201278
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2021**

TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Dengan ini komisi pembimbing skripsi menyatakan bahwa proposal skripsi sebagai berikut :

Nama : Yowan Marcelina Aritonang
NIM : 1400861201278
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL :“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN
MENGINAP PADA HOTEL DUTA JAMBI”

Telah memenuhi persyaratan dan layak untuk di uji pada ujian skripsi dan komprehensif sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Jambi, 28 Agustus 2021

Dosen pembimbing I

Dosen pembimbing II

(Sakinah AS, SE,MM)

(Ubaidillah SE,MM)

Mengetahui :
Ketua Program Studi

(Anisah SE,MM)

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Ini Dipertahankan Tim Penguji Ujian Komprehensif Dan Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, Pada :

PANITIA PENGUJI

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
Ketua	: Dr. Sudirman SE, M.Ei	_____
Sekretaris	: Ubaidillah, SE, MM	_____
Penguji Utama	: Hj. Renny Devita, SE, MM	_____
Anggota	: Sakinah, SE, MM	_____

Disahkan Oleh :

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari**

**Ketua Program
Studi Manajemen**

Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA

Anisah, SE, MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yowan Marcelina Aritonang
NIM : 1400861201278
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Dosen Pembimbing : 1. Sakinah AS, SE, MM
2. Ubaidillah, SE, MM
Judul Skripsi : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP PADA HOTEL DUTA
JAMBI”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang tercantum pada skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain saya mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, September 2021
Yang membuat pernyataan

Yowan Marcelina A
1400861201278

ABSTRACT

YOWAN MARCELINA ARITONANG / 1400861201278 / FACULTY ECONOMICS / MANAGEMENT / MARKETING / 2021 / THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER DECISIONS TO STAY AT DUTA JAMBI HOTEL 1st SUPERVISOR SAKINAH AS, SE,MM. / 2nd SUPERVISOR UBAIDILLAH SE,MM.

The purpose of this research is to determine the effect of service quality on decisions consumers stay at hotel duta jambi.

This research method is descriptive method. This study uses primary and secondary data. The analysis method used in this study was simple linear regression equation with panel data using spss 20. Test conducted are validity test, correlation test, t test hypotheses and determine what coefficient of determination (R²).

In this study, data collection method is done by distributing questionnaires of 100 respondents. This questionnaire was distributed directly to visitors or guests of hotel duta jambi city.

In accordance with the result of study, spss 20 results obtained simple linear regression equations namely $y = 0.659 + 0.720x$. So based on hypothesis testing, partially (test t) service quality has a positive and significant effect because the t_{count} value is greater than t_{table} ($3.948 > 1.660$).

From the results of this study, it can be concluded that service quality have a significant effect on the customer's decision to stay.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis persembahkan kepada Tuhan yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Jambi” yang disusun untuk melengkapi syarat-syarat penyelesaian Program Studi Strata satu (S-1) pada Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bpk. H. Fachruddin Razi, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Anisah, S.E., M.M. selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
4. Ibu Dr. Evi Adriani, S.E., M.si. selaku pembimbing Akademik Universitas Batanghari.
5. Ibu Sakinah AS, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Bpk Ubaidillah S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat selesai.
7. Seluruh Dosen pengajar, staf dan karyawan khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.
8. Orang tua yang penulis cintai, bapak Simson Aritonang dan ibu Melur Br. Nababan dan terimakasih untuk cinta, dukungan dan Doa yang tidak pernah putus untuk penulis dalam menuntut ilmu di Universitas Batanghari Jambi.
9. Untuk semua keluarga, khususnya adik-adikku Icha, nova dan jojo terimakasih untuk dukungan dan cinta untuk penulis.

10. Untuk semua orang yang luar biasa dalam hidup penulis oreng, chandra, yhanti, indah, rina, dilla, neny, adi, dheo, iqrom, muslih, deny, tiar, novi, kezia, purnama yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis.
11. Teman-teman Se-angkatan Manajemen 2014 yang telah mehabiskan waktu bersama selama kegiatan perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kelemahan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Atas kritik dan saran yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi semua pihak.

Jambi, September 2021

penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1.1 Ekonomi	9
2.1.1.2 Manajemen	10
2.1.1.3 Pemasaran.....	11
2.1.1.4 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.1.5 Kualitas.....	12
2.1.1.6 Pelayanan	14
2.1.1.7 Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.8 Pelanggan	17
2.1.2 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan.....	18
2.1.3 Penelitian Terdahulu.....	22
2.1.4 Kerangka Pemikiran	23
2.1.5 Hipotesis Penelitian	24

2.2	Metode Penelitian	24
2.2.1	Metode Penelitian Yang Digunakan	24
2.2.2	Jenis Dan Sumber Data	27
2.2.3	Metode Pengumpulan Data	26
2.2.4	Populasi	27
2.2.5	Sampel	27
2.2.6	Metode Analisi Data	28
2.2.7	Alat Analisis Data	29
2.2.7.1	Persamaan Regresi Linear Sederhana	31
2.2.7.2	Uji Korelasi	31
2.2.7.3	Koefisien Deyerminasi (R^2)	32
2.2.8	Opersional Variabel	34

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Dan Perkembangan Perusahaan	38
3.2	Visi Dan Misi Hotel Duta Jambi	41
3.3	Struktur Organisasi	43

Bab Iv Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Karakteristik Responden	47
4.1.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	48
4.1.1.3	Karakteristik Berdasarkan Lamanya Menginap Di Hotel Duta Kota Jambi	48
4.1.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	49
4.1.2	Kualitas Pelayanan Pada Hotel Duta Kota Jambi	50
a)	Berwujud (<i>Tangible</i>)	50
b)	Empati (<i>Emphaty</i>)	51
c)	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	52
d)	Kecepattangan (<i>Responsiveness</i>)	53
e)	Jaminan (<i>Assurance</i>)	54

4.1.3	Keputusan Pelanggan Menginap Pada Hotel Duta Kota Jambi	55
4.2	Analisis Dan Pembahasan	56
4.2.1	Analisis Kualitas Pelayanan	56
4.2.2	Keputusan Pelanggan Menginap	58
4.2.3	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pelanggan Menginap	59
4.2.4	Uji Koefisien Korelasi Dan Determinasi.....	59
4.2.5	Persamaan Regresi Linear Sederhana	61
4.2.6	Hasil Penelitian.....	62
	1) Uji Parsial (Uji T).....	62
4.2.7	Hasil Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

No Tabel	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Tamu Yang Menginap Pada Hotel Duta Jambi Pada Tahun 2016 - 2020	3
1.2	Tarif Kamar Berdasarkan Tipe Pada Tahun 2016 - 2020	4
1.3	Tarif Hunian Kamar Hotel Duta Tahun 2016 - 2020	5
2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Kriteria Penilaian	29
3.2	Interval Koefisien.....	32
3.3	Operasional Variabel	35
3.3	Operasional Variabel	36
3.3	Operasional Variabel	37
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2	Responden Berdasarkan Usia	48
4.3	Responden Berdasarkan Lamanya Menginap Pada Hotel Duta Kota Jambi.....	49
4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.5	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Berwujud	50
4.6	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Empati	51
4.7	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Keandalan.....	52
4.8	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Kecepattanganan	53
4.9	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Jaminan Assurance	54
4.10	Jawaban Responden Terhadap Dimensi Keputusan Pelanggan Menginap	55
4.11	Jawaban Responden Terhadap 16 Item Kualitas Pelayanan	56
4.12	Jawaban Responden Terhadap 16 Item Keputusan Pelanggan Menginap	58
4.13	Kondisi Variabel.....	59
4.14	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.15	Analisis Regresi Sederhana	60
4.16	Kesimpulan.....	62
4.17	Uji T.....	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	19
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran	24

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi ekonomi, pendidikan, dan sosial budaya, sehingga mempengaruhi sistem pola konsumsi masyarakat. Konsumen semakin bervariasi perilakunya dalam mengambil keputusan pembelian produk yang menjadi kebutuhan mereka. Oleh karena itu untuk mengatasi perilaku pembelian konsumen yang sangat variatif, maka perusahaan perlu sedini mungkin mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat tercapai. Hal ini membawa para pelaku dunia usaha tersebut kepersaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat, baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia.

Dewasa ini, keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang diterima dari barang atau jasa. Perilaku konsumen pasca pembelian sangat penting bagi perusahaan. Perilaku konsumen dapat mempengaruhi ucapan-ucapan mereka kepada pihak lain tentang produk perusahaan. Konsumen tidak akan membeli barang atau jasa perusahaan lagi setelah merasakan ketidaksesuaian kualitas barang atau jasa yang didapatkan dengan keinginan atau apa yang digambarkan sebelumnya.

Hotel Duta merupakan salah satu perusahaan jasa yang saat ini berupaya mempertahankan konsumen yang sudah ada dan berusaha memperoleh konsumen yang baru.

Hotel Duta terletak di jalan yang sangat strategis yaitu di jalan raya depan ratu irama ini harus mampu menyediakan pelayanan yang terbaik agar dapat membuat tamu hotel puas dan loyal sehingga Hotel Duta jambi mampu bertahan dalam persaingan industri perhotelan.

Hal terpenting bagi pihak manajemen Hotel Duta adalah mengetahui dan memahami kriteria penentu jasa yang mempengaruhi Keputusan tamu hotel untuk dapat membantu mereka dalam mempertahankan, memelihara, dan meningkatkan kualitas jasa yang sudah ada.

Hotel Duta harus selalu memperhatikan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi minat dan perilaku konsumen untuk menginap kembali seperti, lokasi menginap yang strategis dan dapat dijangkau. Hotel Duta terletak di jalan utama kota jambi. Letaknya yang berada di Pusat Kota jambi ini menjadikan Hotel Duta sebagai penginapan yang sering dikunjungi oleh tamu – tamu hotel dari wilayah kota jambi Selain tempatnya yang strategis, lokasi yang mudah dijangkau ini juga menjadi salah satu nilai positif Hotel Duta untuk dijadikan Hotel tempat menginap.

Seperti perusahaan jasa hotel lainnya Hotel Duta juga merasakan hambatan hambatan seperti naik turunnya tamu hotel, dalam wawancara yang dilakukan peneliti terhadap karyawan hotel, peneliti memperoleh data bahwa target penjualan perbulannya sebanyak 40 kamar

dengan jumlah keseluruhan kamar yaitu 40 kamar namun dalam

kenyataannya hotel hanya mampu memperoleh rata-rata 20 kamar perbulannya.

Tabel 1.1

Jumlah tamu yang menginap pada Hotel Duta pada Tahun 2016-2020

Tahun	Jenis kamar
-------	-------------

	Superior room (orang)	VIP (orang)	Standard double bed (orang)	Standard single bed (orang)	Jumlah (orang)
2016	70	235	440	130	875
2017	80	310	480	150	1020
2018	115	475	560	175	1325
2019	60	330	420	150	960
2020	50	260	340	130	780

Sumber : Hotel Duta kota Jambi.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah tamu yang menginap pada hotel Duta mengalami kenaikan dari tahun 2016 sampai tahun 2018 dan mengalami penurunan pada tahun 2019 dan 2020. Dari tahun 2016 ke 2017 mengalami kenaikan sebanyak 145 orang, di tahun 2018 mengalami kenaikan kembali sebanyak 305 orang, tetapi di tahun 2019 terdapat penurunan jumlah pengunjung sebanyak 365 orang, dan di tahun 2020 turun kembali sebanyak 180 orang.

Tabel 1.2
Tarif Kamar Berdasarkan Tipe Tahun 2016-2020

TIPE KAMAR	HARGA KAMAR (Rp)				
	2016	2017	2018	2019	2020
Supperior Room	350.000	370.000	370.000	320.000	270.000
VIP room	400.000	450.000	450.000	400.000	350.000
Standard Room	200.000	250.000	250.000	200.000	150.000

Sumber : Hotel Duta kota Jambi.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga kamar pada hotel Duta mengalami kenaikan dari tahun 2016 sampai tahun 2018 dan mengalami penurunan pada tahun 2019 dan

2020. Dari tahun 2016 ke 2017 mengalami kenaikan sejumlah Rp.20.000 dari harga kamar, di tahun 2018 tidak terdapat kenaikan harga, tetapi di tahun 2019 terdapat penurunan harga sejumlah Rp.50.000 dari harga kamar, dan di tahun 2020 turun kembali sejumlah Rp.50.000 dari harga kamar.

Menurut Zeithaml dan Bitner (J.Supranto, 2014:31), Keputusan membeli pelanggan ditentukan oleh pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik secara *tangible* maupun *intangible*, dalam hal ini penilaian dilakukan oleh pelanggan mengenai kategori dari jasa yang diberikan perusahaan.

Keputusan membeli pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan, sehingga keputusan membeli pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan. Pengalaman saat menginap merupakan persepsi tamu untuk menilai apakah pelayanan yang diberikan oleh Hotel Duta sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Hal ini dapat diukur dari banyaknya tamu yang menginap di Hotel Duta Jambi.

Berikut adalah tingkat hunian kamar Hotel Duta pada tahun 2016-2020

Tabel 1.3

Tingkat Hunian Kamar Hotel Duta Tahun 2016-2020

Tahun	Jenis kamar					Perkembangan (%)
	Superior room (unit)	VIP (unit)	Standard double bed (unit)	Standard single bed (unit)	Jumlah (unit)	
2016	40	45	110	130	325	-
2017	50	65	140	150	405	25
2018	65	95	160	175	495	28
2019	50	65	120	150	385	(-33,8)
2020	35	50	105	130	320	(-20)

Sumber : Hotel Duta kota jambi, 2020.

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa data tingkat hunian kamar pada Hotel Duta Jambi mengalami fluktuasi. Dari tahun 2016 sampai tahun 2014 mengalami kenaikan yaitu tahun 2016 ke 2017 naik dari 325 unit ke 405 unit atau setara dengan 25% dari jumlah hunian kamar, dan tahun 2018 mengalami kenaikan kembali sebanyak 95 unit atau setara dengan 28% dari jumlah hunian kamar. Kemudian tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan yang sangat tajam yaitu 2019 turun sebesar 110 unit atau setara dengan 33,8% , tahun 2020 turun kembali menjadi 295 unit atau setara dengan 20%. Hotel Duta tidak boleh terlena dengan adanya peningkatan, karena dapat diketahui bahwa tingkat hunian Hotel Duta mengalami penurunan yang tajam pada tahun 2019 sebesar (-33,8%).

Berdasarkan teori bahwa jika kualitas pelayanan yang baik atau sama dengan harapan maka akan membuat konsumen melakukan pembelian lagi, begitu juga dengan penetapan harga setiap kamar telah disesuaikan dengan pelayanannya, seharusnya jika teori diatas sudah sesuai dengan pernyataan sebelumnya tentang apa yang telah dilakukan Hotel Duta Kota Jambi, harapannya dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan konsumen untuk menginap, namun pada kenyataan yang didapatkan bahwa jumlah tamu yang menginap di Hotel Duta Kota Jambi cenderung mengalami penurunan. Evaluasi atas kinerja jasa menghasilkan suatu kesimpulan dari dua macam hasil yaitu, kepuasan dan ketidakpuasan. yang mana kepuasan diperoleh jika hasil yang diperoleh sesuai dengan apa yang di harapkan, sedangkan ketidakpuasan timbul jika terjadi ketidaksesuaian negatif antara apa yang di harapkan konsumen dengan hasil yang senyatanya. Singkat kata, kata kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Jika kualitas layanan baik atau sama dengan harapan maka akan membuat konsumen melakukan pembelian lagi. Berdasarkan data di atas menunjukkan kenaikan dan penurunan jumlah tamu yang menginap di Hotel Duta Kota

Jambi. Hotel Duta Kota Jambi, bahkan cenderung mengalami penurunan tiap bulannya, maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap pada Hotel DUTA Kota Jambi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa masalah terkait dengan keputusan pelanggan menginap pada Hotel DUTA Kota Jambi adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Hotel DUTA Kota Jambi yang belum maksimal.
2. Tingkat hunian kamar yang fluktuasi cenderung menurun menunjukkan hotel DUTA kurang diminati konsumen.
3. Banyaknya Hotel yang berada di tempat yang strategis, dekat dengan jalan raya dan tempat hiburan membuat Hotel Duta sulit bersaing.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Bagaimana kualitas pelayanan pada Hotel DUTA Kota Jambi untuk mendapatkan keputusan pelanggan menginap pada hotel DUTA Jambi.
- 2 Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap konsumen di Hotel Duta Kota Jambi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilaksanakan adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Duta Jambi.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap pada hotel DUTA Kota Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai tambahan literature terhadap fakultas Ekonomi khususnya mengenai kualitas pelayanan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Ekonomi

Pengertian ilmu ekonomi menurut Poli (2002:22) adalah suatu studi mengenai bagaimana caranya manusia mengadakan pilihan dalam menggunakan sumber-sumber produksi langka atau terbatas (tanah, tenaga kerja, barang-barang modal seperti mesin-mesin, pengetahuan teknik) untuk menghasilkan berbagai macam barang (seperti gandum, daging sapi, pakaian, konser, jalan raya, pesawat pembom, kapal pesiar) dan mendistribusikannya kepada anggota masyarakat yang mengkonsumirnya.

Menurut Nuraini (2006:1) ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai bagaimana orang-orang dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi sekarang dan dimasa yang akan datang, kepada berbagai orang dan golongan masyarakat. Ilmu ekonomi menganalisa biaya, keuntungan dan memperbaiki corak penggunaan sumber-sumber daya.

Jadi dapat disimpulkan ekonomi merupakan ilmu sosial yang mempelajari kegiatan manusia yang berkaitan dengan konsumsi, distribusi sampai produksi pada barang dan jasa.

2.1.1.2 Manajemen

Menurut Manullang (2008:5) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Menurut Mutiara (200:13) manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri atas fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian kegiatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien.

Menurut Rahman (2004:87) manajemen dapat diartikan sebagai berikut :

1. Kegiatan-kegiatan/aktivitas-aktivitas.
2. Proses, yakni kegiatan dalam rentetan urutan-urutan.
3. Institus atau orang-orang yang melakukan kegiatan atau proses kegiatan.

Manajemen juga dapat diartikan sebagai proses dan kegiatan pelaksanaan usaha memimpin dan menunjukkan arah penyelenggaraan tugas suatu organisasi didalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan

2.1.1.3 Pemasaran

Menurut Danang (2013:194) Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipenuhi oleh kegiatan manusia lain, yang menghasilkan alat pemenuh kebutuhan, yang berupa barang maupun jasa.

Menurut Tjiptono (2008:59) Pemasaran adalah semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Menurut Daryanto (2011:1) Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Assauri (2010:5) Menyatakan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Pemasaran menurut Swastha (2008:5) merupakan salah-satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba.

Menurut Kotler dan Keller (2008:5)Pemasaran adalah suatu proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah segala suatu usaha atau aktifitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada para konsumen, dimana kegiatan tersebut bertujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

2.1.1.4 Manajemen pemasaran

Menurut Kotler (2002), manajemen pemasaran proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan kelompok.

Menurut Stanton (2005:22) manajemen pemasaran adalah sarana yang didaya gunakan oleh bisnis untuk menjalankan pemasaran.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam jurnalWahyudi (2013:2) manajemen pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan unuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melelui proses pertukaran.

Dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang direncanakan dan dilakukan oleh pemasar untuk mencapai tujuan perusahaanya.

2.1.1.5 Kualitas

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pimpinan pasar atau sebagai strategi untuk terus tumbuh. Kualitas merupakan pencapaian produk dan jasa yang terus menerus menjadi lebih baik dengan harga yang semakin lama semakin bersaing. Kualitas yang dirasakan secara langsung mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan. Mengelola Kualitas Jasa Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan. Parasuman, Zeithaml dan Berry, dalam Suprpto, J (2014:240) membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat – syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan, adapun lima model yang mengidentifikasikan lima kesenjangan jasa yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu mamahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin memahami keinginan pelanggan namun tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para karyawan mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh wakil – wakil atau iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

Menurut Kotler (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

2.1.1.6 Pelayanan

Kebutuhan manusia adalah suatu rasa yang timbul secara alami dari dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya. Kebutuhan – kebutuhan ini kemudian memunculkan keinginan manusia untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan tersebut sebagai alat pemuas kebutuhan hidupnya.

Menurut Kotler (2002:83) 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. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi

dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

2.1.1.7 Kualitas pelayanan

Menurut Kotler (2012:499-500), menentukan bahwa ada 5 penentu kualitas pelayanan. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya :

1. *Tangibles* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Emphaty* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

5. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

Ada beberapa keuntungan bagi perusahaan apabila memperhatikan kualitas pelayanan, yaitu antara lain :

- 1) Konsumen akan setia kepada perusahaan

Karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, konsumen bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.

- 2) Konsumen bisa menjadi media iklan gratis

Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, konsumen bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

- 3) Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin

Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapat pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.

- 4) Konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga

Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

- 5) Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

Kebutuhan konsumen bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

6) Nama baik perusahaan meningkat

Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik perusahaan pun meningkat di mata semua konsumen.

7) Unggul dalam persaingan bisnis

Maksudnya unggul disini yaitu perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karenakonsumen telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

2.1.1.8 Pelanggan

Menurut John, Teds (2003:69) : “Pelanggan (*service receiver*) adalah mereka yang disebut sebagai konsumen (*consumer*) yang menerima layanan dari para penyedia layanan.”

Barata (2013:12) mengemukakan bahwa dalam prakteknya, para pelaku bisnis seringkali mengartikan para penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu nilai tambah nyata dari penyedia layanan (*one who receive significant added value from a service provider*).

Menurut Barata (2013 :17), pelanggan dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Pertama, pelanggan internal dan kedua pelanggan eksternal. Pelanggan internal merupakan orang – orang yang terlibat dalam proses penyedia jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran atau penjualan, dan administrasinya. Mereka itu antara lain adalah jajaran direksi, manajer, pimpinan bagian, pimpinan seleksi, dan para pegawai organisasi komersial (perusahaan), pengurus dan pegawai organisasi non komersial (nirlaba), pegawai pada instansi pemerintah. Sedangkan pelanggan eksternal adalah semua orang yang berada di luar organisasi komersil yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi (perusahaan).

2.1.2 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Membeli

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu produk guna memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Perilaku pilihan terhadap barang atau jasa tersebut dilakukan konsumen sebagai masalah yang disebabkan timbulnya suatu kebutuhan.

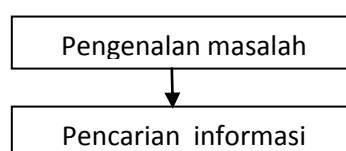
Menurut Engel J.F (2010) dalam mengambil keputusan konsumen, setiap konsumen memiliki peranan seperti :

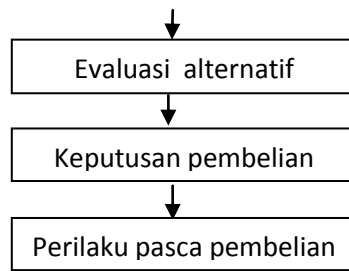
- a) Inisiator (*initiator*) yaitu seorang inisiator dari proses pembelian
- b) Pemberi pengaruh (*influencer*) yaitu individu yang opininya sangat dipertimbangkan di dalam pilihan yang dievaluasi dan dipilih.
- c) Pengambil keputusan (*decider*) yaitu orang dengan wewenang atau kekuasaan untuk memilih akhir
- d) Pembeli (*buyer*) yaitu agen pembeli
- e) Pemakai (*user*) yaitu konsumen aktual.

Kelima peranan tersebut tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembelian. Tidak dilaksanakannya beberapa tahap dari proses produk tersebut, mungkin terjadi pada pembelian yang bersifat emosional. Di antara peran dalam pembelian di atas yang terpenting adalah peranan ketiga yaitu pengambil keputusan.

Menurut Kotler (2013:204), pada umumnya konsumen melewati lima tahap dalam proses keputusan pembelianya itu (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, (5) perilaku pasca pembelian.

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen





Sumber : Kotler 2013: 204

Penjelasan Gambar:

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Para pemasar menggunakan tenaga penjualan, iklan, dan pengemasan untuk membantu membangkitkan pengenalan akan kebutuhan konsumen.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah akan mengurangi pencarian informasi. Tiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui tentang merek-merek yang bersaing dan keistimewaan mereka. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu :

- a. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan
- b. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan
- c. Sumber publik: media massa, organisasi konsumen, pemeringkat
- d. Sumber pengalaman : penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

3. Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi merek yang kompetitif dan membuat penilaian akhir. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan konsumen. Beberapa konsep dasar akan membantu dalam memahami proses evaluasi konsumen. Pertama konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan. Kedua, konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari untuk memuaskan kebutuhan ini. Konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Namun, dua faktor dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor utama adalah pendirian orang lain. Sejauh mana pendirian orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal : (1) intensitas pendirian negative orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) memotivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi. Faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas perusahaan tidak berakhir pada saat produk dibeli,

.melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Perusahaan harus memantau kepuasan pasca pembelian, dan pemakaian dan pembuangan pasca pembelian. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk tersebut. Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan beraksi sebaliknya.

2.1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Niken Setya Rini	Pengaruh harga, pelayanan dan lokasi Terhadap keputusan Menginap konsumen	Hasil yang diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan menginap.
2	Kuswarjat tri P	Pengaruh harga, pelayanan terhadap kepuasan pelanggan,	diperoleh bahwa harga, pelayanan menunjukan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

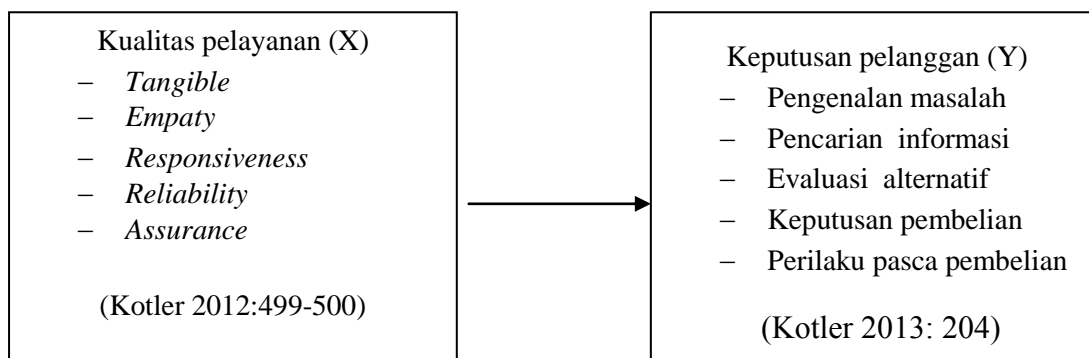
3	Danung putra adianto	Pengaruh harga,kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan konsumen	Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa harga dan pelayanan Menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
---	-------------------------	--	--

2.1.4 Kerangka Pemikiran

Definisi kriteria pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima (*expected service*) atau jasa yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal atau memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Secara skematis gambar kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2 Bagan kerangka pemikiran



2.1.5 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu :

1. Diduga kualitas pelayanan dan keputusan pelanggan menginap pada Hotel DUTA Kota Jambi cukup baik.
2. kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk menginap pada Hotel Duta

2.2 Metode penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan penggambaran atau pemaparan tentang variabel-variabel yang diteliti yang selanjutnya mencoba untuk menarik simpulan.

2.2.1 Metode Penelitian yang digunakan

Dalam penelitian ini menggunakan metode survey, metode survey yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti.

2.2.2 Jenis dan sumber data

Suatu penelitian perlu didukung adanya data yang akurat dan lengkap.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumber dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber dari penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Sumber data primer diperoleh dari:

2. Kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan atau tamu Hotel Duta di kota Jambi.

3. Arsip Hotel Duta mengenai data-data yang diperlukan dalam skripsi ini.
4. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang telah dicatat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data yang berasal dari artikel dan karya ilmiah yang dipublikasikan di internet serta berbagai literatur yang mendukung permasalahan serta buku, majalah, dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan.

Sumber data :

Dalam melakukan penelitian ini data yang digunakan diperoleh dari :

1. Hotel DUTA Kota Jambi
2. Literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian
3. Konsumen Hotel DUTA

2.2.3 Metode pengumpulan data

Guna mendapatkan data yang lengkap untuk menunjang penelitian ini, maka diadakan pengumpulan data melalui :

1. Penelitian lapangan
 - a. Observasi, teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan meninjau secara langsung ke perusahaan yang diteliti.
 - b. Kuesioner, teknik pengumpulan data dengan cara memberipernyataan tertulis kepada responden dengan menggunakan skala likert. Data yang berhasil

dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5, dengan kategori:

Nilai 5=Sangat Tinggi

Nilai 4= Tinggi

Nilai 3= CukupTinggi

Nilai 2= TidakTinggi

Nilai 1= Sangat Tidak Tinggi

- c. Penelitian kepustakaan (*library research*), penelitian yang dilakukan dengan membaca literature, laporan-laporan tertulis, dan bahan-bahan referensi lainnya sebagai landasan teori dalam penelitian.

2.2.4 Populasi

Oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi Dalam penelitian ini tingkat hunian kamar pada tahun 2019 sebanyak 320 unit populasi pada Hotel DUTA Kota Jambi.

2.2.5 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Slovin dalam Husein Umar (2011:78) dengan rumus sebagai berikut :

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

Di mana :

n =Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

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

$$n = \frac{320}{1+320(0,1)^2}$$

$$n = \frac{320}{3,20}$$

$$n = 100 \text{ sampel}$$

2.2.6 Metode analisis data

Metode analisis data yang digunakan Diskriptif yaitu merupakan suatu metode mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah memperoleh gambaran mengenai sifat (karakteristik) objek dari data tersebut. Penyajian ini dapat berupa ukuran tabel, grafik, gambar dan lain sebagainya.

Analisis data yang digunakan dalam menganalisa data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu perhitungan dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden dimana setiap jawaban diberi bobot nilai dan untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

Menurut Husein (2011:164) ditentukan rentang skala terendah dan tertinggi dengan cara mengalikan jumlah sampel dengan bobot paling rendah dan paling tinggi.

$$\text{Skor terendah} = \text{bobot terendah} \times \text{jumlah sampel}$$

$$= 1 \times 100 = 100$$

Skor tertinggi = bobot tertinggi x jumlah sampel

$$= 5 \times 100 = 500$$

Maka diperoleh :

$$RS = \left(\frac{R_m - R_i}{n} \right)$$

$$RS = \left(\frac{100 \times 5 - 100 \times 1}{5} \right)$$

$$RS = \frac{500 - 100}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Tabel 3.1
Kriteria Penilaian

Interval Kelas	Kriteria Penilaian
100 – 179	Sangat tidak tinggi
180 – 259	Tidak tinggi
260 – 339	Cukup tinggi
340 – 419	Tinggi
420 – 500	Sangat tinggi

2.2.7 Alat Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*validity construct*) yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan dengan skor totalnya Hapzi Ali (2013:133).

Rumus korelasi yang digunakan adalah rumus *product-moment* sebagai berikut :

$$r_b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2](n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_b = Koefisien korelasi pearson antar item digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

X = Skor item instrumen yang akan digunakan.

Y = Skor semua item instrumen dalam variabel tersebut.

n = Jumlah responden dalam uji coba instrumen.

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (r_b) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; db = n - 2$$

Keputusan pengujian validitas konsumen dengan menggunakan taraf signifikan 10% adalah sebagai berikut :

- a. *Item* pernyataan/pertanyaan kuisisioner penelitian dikatakan valid jika t hitung lebih besar dari t table.

- b. *Item* pernyataan/pertanyaan kuesioner penelitian tidak valid jika t hitung lebih kecil dari t table

2.2.7.1 Persamaan Regresi Linear sederhana

Persamaan regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. (Sugiyono, 2012:270). Sehingga persamaan umum regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah.

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

b = Koefisien Regresi

a = Konstanta

X = kualitas pelayanan

e = residual/error

2.2.7.2 Uji Korelasi

Menurut Kurniawan (2009:26) korelasi adalah hubungan atau keeratan antara variabel, dimana terdiri 1 variabel independen (bebas) dan 1 variabel dependen (terikat) dan juga mengetahui arah hubungan adapun pedoman arti korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.2

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
--------------------	------------------

0,00 – 0,200	Sangat rendah
0,20 – 0,400	Rendah
0,40 – 0,600	Sedang
0,60 – 0,800	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

2.2.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel terikat, Priyanto (2013:143). Koefisien determinasi disimbolkan dengan r^2 adalah sebuah besaran yang mengukur ketepatan garis regresi. Maksimum nilai r^2 adalah 100% dan minimal 0. Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol), maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

eModel umum persamaan regresi adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

2.2.7.4 Uji Hipotesis

Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas kualitas pelayanan (X), berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pelanggan menginap (Y), Priyanto (2013:137). Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel.

Apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

a. Rumusan Hipotesis :

- $H_0 ; b = 0$, artinya variabel independen X secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen Y.
- $H_1 ; b \neq 0$, artinya variabel X secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen Y.

b. Tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

c. Kriteria Keputusan :

thitung $>$ t tabel berarti H_0 ditolak dan menerima H_1

thitung $<$ t tabel berarti H_0 diterima dan menolak H_1

Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya:

- Jika tingkat signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- Jika tingkat signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

2.2.8 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan defenisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari satu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka penulis akan lebih mudah mengukur variabel yang ada. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

Tabel 3.3
Operasional variabel

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Sub indikator
Kualitas pelayanan (X) (Kotler 2012: 499-500).	totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.	Tangible Emphaty Reliability Responsive ness	<ul style="list-style-type: none"> – Kamar. – ruang tunggu. – Area parkir – penampilan karyawan. – kepedulian, perhatian dan pemahaman karyawan. – Kepekaan karyawan. – pelayanan di bagian check in dan check out. 	<ul style="list-style-type: none"> – kamar yang nyaman, dengan fasilitas yang lengkap seperti AC. – ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi – Area parkir yang bersih dan cukup luas. – penampilan karyawan yang rapi. – kepedulian, perhatian dan pemahaman karyawan terhadap setiap kebutuhan tamu. – karyawan peka dan mampu membaca kebutuhan tamu. – memberikan pelayanan di bagian check in dan check out yang tepat dan cepat sesuai permintaan tamu hotel.

<p>Keputusan pelanggan (Y)</p> <p>(Kotler 2013: 204)</p>		<p>Assurance</p> <p>Pengenalan masalah</p> <p>Pencarian informasi</p> <p>Evaluasi alternatif</p>	<ul style="list-style-type: none"> - kesigapan pihak hotel dan karyawan terhadap kebutuhan tamu. - fasilitas yang akan diperoleh tamu hotel memberikan rasa aman kepada tamu ketika menggunakan fasilitas hotel dan tempat parkir. - tenaga penjualan dan iklan 	<ul style="list-style-type: none"> - ketika tamu membutuhkan sesuatu maka pihak hotel segera dan sigap dalam memenuhinya dan karyawan hotel selalu ada ketika dibutuhkan. - memberi informasi mengenai fasilitas apa yang akan diperoleh hotel dengan tarif tertentu, bisa memberikan rasa aman kepada tamu ketika menggunakan fasilitas hotel dan jaminan keamanan bagi kendaraan di tempat parkir. - tenaga pemasaran, iklan, dan pengemasan untuk membantu
--	--	--	--	--

		<p>Keputusan pembelian</p> <p>Perilaku pasca pembelian</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber pribadi - Sumber komersial - Sumber publik - Sumber pengalaman - memenuhi kebutuhan - kemampuan produk yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat. 	<p>membangkitkan pengenalan akan kebutuhan konsumen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan - Sumber komersial: iklan, brosur, promo discount - Sumber publik: media massa, organisasi penentu peringkat konsumen. - Sumber pengalaman : penanganan, pengkajian dan pemakaian jasa. - konsumen yang berusaha memenuhi suatu kebutuhan. - konsumen memandang setiap produk
--	--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> - Pendirian negative orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen - memotivasi konsumen - memantau kepuasan pasca pembelian, dan pemakaian. 	<p>sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari untuk memuaskan kebutuhan ini.</p> <ul style="list-style-type: none"> - intensitas pendirian negative orang lain yang berpengaruh terhadap alternatif yang disukai konsumen. - memotivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. - Perusahaan harus memantau kepuasan pasca pembelian, dan pemakaian dan pembuangan pasca pembelian.
--	--	--	---	--

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Singkat Dan Perkembangan Perusahaan

Hotel Duta Kota Jambi adalah bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum

Hotel ini didirikan oleh Bapak H Kemas M Sholeh, pada tanggal 11 November 2011, yang berkedudukan di Jl. Sam Ratulangi No. 65-68, pasar Jambi. Hotel Duta terletak di jalan utama kota jambi, letaknya yang berada di pusat Kota jambi ini menjadikan Hotel Duta sebagai penginapan yang sering dikunjungi oleh tamu – tamu hotel dari wilayah kota jambi Selain tempatnya yang strategis, lokasi yang mudah dijangkau ini juga menjadi salah satu nilai positif Hotel Duta untuk dijadikan hotel tempat menginap.

a. Tipe Kamar

Hotel Duta memiliki beberapa tipe kamar, Adapun tipe kamar tersebut adalah :

1. Superior Room

Yaitu tipe kamar personal untuk 1–2 orang. Desain di dalamnya terdapat single bed, minibar, televisi 21”, dan kamar mandi yang dilengkapi dengan shower air hangat dan dingin.

2. VIP

Yaitu tipe kamar untuk menginap keluarga, interiornya di desain sedemikian rupa demi menciptakan kenyamanan keluarga. Desain interiornya berupa : double bed, mini bar, ruang santai keluarga, televisi 21”, dan kamar mandi yang dilengkapi dengan shower air hangat dan dingin. Kapasitas kamar adalah untuk 4–6 orang. •

3. Standard Room

Tipe kamar personal yang kapasitasnya adalah 1 orang untuk single bed dan 2–4 orang untuk double bed. Desain di dalamnya terdiri dari single atau double bed, televisi 17” dan shower air hangat dan dingin.

b. Tarif Kamar

Adapun tarif kamar Hotel Duta Kota Jambi pada tahun 2020 adalah sebagai berikut :

Superior Room	Rp. 270.000
VIP	Rp. 350.000
Standard Room	Rp. 150.000

c. Sarana *meeting package*

Fasilitas tambahan yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Duta untuk lebih mengutamakan pelayanan bagi tamunya adalah dengan menyediakan ruang

meeting. Ruangan yang nyaman yang dimanfaatkan untuk rapat, pertemuan, ataupun acara - acara lainnya tersebut mampu menampung sampai 30 orang.

Tarif Meeting Package di Hotel Duta Kota Jambi :

1. Half Day Meeting Package

(ruang meeting,1x Coffee Break,dan 1x makan siang) Tarifnya adalah sebesar Rp. 125.000,00 /orang

2. Full Day Meeting Package

(ruang meeting, 2x coffee break,dan 1x makan siang) Tarifnya adalah sebesar Rp. 175.000,00 / orang

3. Full Board Meeting Package

(ruang meeting, breakfast,coffee break,makan siang, makan malam)

Tarifnya adalah sebesar Rp. 200.000,00 / orang

Harga–harga tersebut di atas sudah termasuk pajak pelayanan,

Hotel menawarkan resepsionis 24 jam, layanan kamar, dan koran. Dan, para tamu dapat menikmati restoran, yang merupakan pilihan populer para wisatawan yang berkunjung ke Jambi. Untuk para tamu yang mengemudi, parkir gratis tersedia.

Karena berdekatan dengan beberapa tempat terkenal, seperti Candi Gumpung (3,5 km) dan Kompleks Candi Muaro Jambi (3,7 km), para tamu Hotel Duta dapat mengunjungi beberapa lokasi populer di Jambi.

3.2 Visi dan Misi Hotel Duta Jambi

Visi Hotel Duta Kota Jambi adalah menjadi hotel bintang dua terbaik di Kota Jambi yang paling diminati konsumen dan mendapatkan keuntungan secara signifikan.

Misi Hotel Duta Kota Jambi

1. Berkomitmen untuk menghasilkan keuntungan optimal kepada pemilik.
2. Memenuhi dan meningkatkan kebutuhan konsumen dan pemilih hotel dengan memberikan produk dan pelayanan yang prima.
3. Berkomitmen untuk menjadi hotel dengan branding yang dikenal oleh konsumen baik nasional maupun internasional.
4. Berkomitmen memberikan informasi yang sesuai dengan fasilitas fisik maupun fitur yang dimiliki oleh Hotel Duta.
5. Mendorong pembangunan sektor pariwisata Kota Jambi.

3.3 Struktur Organisasi

Dalam mengoperasikan Hotel Duta Kota Jambi ini dibentuklah 7 bagian utama yaitu divisi kamar, divisi F&B, personalia, akuntansi, teknologi, marketing, dan publishing.

- a. General Manager General manager adalah puncak pimpinan dari sebuah struktur organisasi di hotel ini. Ia bertanggung jawab atas keseluruhan penyelenggaraan hotel dan kinerja seluruh karyawannya. Tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- 1) Bertanggung jawab terhadap operasional
 - 2) Membuat perencanaan
 - 3) Menciptakan budaya
 - 4) Menjalin komunikasi dengan perusahaan lain
 - 5) Membuat keputusan
- b. Executive Assistant Manager Executive Assistant Manager merupakan jabatan yang biasanya ada pada perhotelan besar, dimana General Manajer perlu dibantu dan didukung oleh Executive Assistant Manager (EAM). Penanganan tugas manajemen yang telah dirumuskan dan diarahkan oleh (GM) dilaksanakan dan dikomunikasikan kepada (EAM). Selanjutnya diteruskan ke Departemen Head. Tugas dan tanggung jawabnya diantaranya adalah:
- 1) Menjalankan perintah yang disampaikan oleh General Manager dan selanjutnya meneruskan kepada Manager.
 - 2) Executive Assistant Manager, bertanggung jawab kepada General Manager.
 - 3) Menyampaikan laporan yang dibuat oleh para manager.
 - 4) Mengambil alih tugas general manager apabila sewaktu-waktu general manager berhalangan.
- c. Executive Housekeeping Executive Housekeeping adalah pimpinan departemen yang memiliki kemampuan merencanakan, mengorganisasi, dan mengevaluasi pekerjaan dibidang housekeeping. Tanggung jawab yang diemban adalah kebersihan kamar tamu dan area umum hotel. Tugas dan tanggung jawabnya adalah:
- 1) Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapihan fasilitas hotel.
 - 2) Memberikan dan merapikan kamar yang telah digunakan oleh tamu sesegera mungkin setelah tamu check-out.

- 3) Melaporkan kepada front office apabila kamar telah siap ditempati.
- d. Front Office Manager Front Office Manager merupakan pejabat hotel yang bertanggung jawab atas pengelolaan kantor depan. Tugas dan tanggung jawabnya adalah:
- 1) Bertanggung jawab terhadap semua aktifitas di Front Office.
 - 2) Mengoptimalkan dan memaksimalkan occupancy rate hotel.
 - 3) Membuat laporan kamar check-in dan check-out, dan reservasi.
 - 4) Menjual kamar, tugas ini di antara lain menerima pemesanan kamar, menangani tamu yang tanpa pemesanan, melaksanakan pendaftaran dan penentuan kamar.
 - 5) Memberikan informasi tentang pelayanan hotel.
 - 6) Mengkoordinir pelayanan tamu, yaitu sebagai penghubung antar bagian dan menyampaikan keluhan tamu.
 - 7) Menyusun laporan status kamar dan mengkoordinasikan penjualan kamar dengan bagian housekeeping.
 - 8) Menerima pembayaran.
 - 9) Menyusun riwayat kunjungan tamu, mendata dan menyelenggarakan arsip kartu riwayat pengunjung.
 - 10) Menangani telephone switch board, telex, dan telegram. 11) Menangani barang bawaan tamu.
- e. Food dan Beverage (F&B) Food dan Beverage adalah pejabat yang bertugas mengelola food and beverage departement untuk dapat menyajikan makanan dan minuman yang baik dan halal. Merencanakan menu, memastikan bahwa setiap bawahannya dapat menyajikan makanan dengan cepat dan ramah, dan

mengendalikan biaya food and beverage departement. Tugas dan tanggung jawabnya adalah:

1. Bertanggung jawab atas pengelolaan makanan dan minuman.
 2. Membuat laporan pemakaian bahan baku/F&B cost.
 3. Menciptakan menu baru yang innovative.
- f. Human Resources Development Manager Human Resources Development Manager atau yang disingkat HRD merupakan pejabat hotel yang bertugas mengelola sumber daya manusia untuk mencapai visi dan misi perusahaan. HRD manager harus menguasai hukum dan perundang-undangan yang berkaitan dengan ketenagakerjaan, baik lokal, nasional maupun internasional.

Tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- 1) Bertanggungjawab terhadap semua administrasi karyawan.
 - 2) Melakukan perkrutan karyawan
 - 3) Membuat program pengembangan ketrampilan karyawan.
- g. Accounting Manager Accounting manager adalah kepala bagian yang bertanggung jawab atas efektifitas dan optimalitas sirkulasi keuangan atau cash-flow perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan. Tugas dan tanggung jawabnya adalah:
1. Bertanggung jawab atas semua pendapatan atau pengadministrasian transaksi dan keuangan.
 2. Membuat laporan transaksi dan keuangan hotel.
 3. Mengawasi dan menjaga semua kegiatan transaksi keuangan.
- h. Chief Engineering Chief Engineering adalah ketua bagian yang bertanggung jawab atas pemeliharaan, pengelolaan, dan perbaikan seluruh aset yang meliputi: gedung hotel, perlengkapan mekanik dan elektronik, dan energi hotel. Pengelolaan listrik,

gas, dan air adalah tanggungjawab plant engineer. Tugas dan tanggungjawabnya adalah:

- 1) Bertanggungjawab untuk memperbaiki dan menjaga peralatan dan fasilitas hotel
- 2) Membuat laporan mengenai perbaikan atau pembaharuan fasilitas dan peralatan hotel.

i. Marketing and Sales Director Marketing and Sales Director merupakan pejabat hotel yang menentukan keberhasilan hotel dalam menjual produk hotel kepada konsumen. Tugas dan tanggungjawabnya adalah:

1. Membuat strategi pemasaran dan penjualan.
2. Bertanggungjawab atas publikasi atau periklanan.
3. Memperkenalkan hotel dan fasilitasnya sekaligus melakukan kontrak kerjasama kepada calon konsumen.
4. Memastikan penjualan kamar memenuhi target.
5. Bertanggungjawab dalam mempertahankan hubungan dengan para pelanggan.

j. Chief Security Chief Security bertanggungjawab atas keamanan hotel secara keseluruhan. Ruang lingkup pengamanan hotel meliputi para karyawan, tamu dan aset hotel. Security perlu menciptakan kondisi yang aman sehingga tamu betah tinggal di hotel dan para karyawan bekerja dengan nyaman. Tugas dan tanggungjawabnya adalah:

1. Bertanggungjawab atas keamanan hotel.
2. Menghalau gangguan keamanan dari dalam atau luar hotel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden. Kuisisioner ini disebarkan langsung kepada pengunjung atau tamu Hotel Duta Kota Jambi.

4.1.1 Karakteristik Responden

Responden yang dijadikan sampel dalam penulisan ini adalah responden yang menjadi tamu Hotel Duta Kota Jambi.

4.1.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, telah diperoleh berdasarkan data primer yang telah diolah, maka telah dilakukan penyebaran kuesioner dengan mendapatkan 100 orang responden yang merupakan pengunjung Hotel Duta Jambi. Di bawah ini, dapat dilihat jenis kelamin responden pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	65	65
Perempuan	35	35
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil pengolahan kuisisioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui berdasarkan jenis kelamin yang menjadi responden penelitian ini didominasi laki-laki dengan persentase sebanyak 65 % dari 100 responden sedangkan perempuan sebanyak 35 % dari 100 responden.

4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dibawah ini, dapat dilihat berdasarkan usia responden pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Umur Responden	Jumlah	Persentase (%)
≤ 19	9	9
20-29	41	41
30-39	32	32
≥ 40	18	18
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden terbanyak pada usia 20-29 tahun dengan persentase 41% dari 100 responden, usia ≤ 19 tahun dengan persentase 9%, usia ≥ 40 tahun dengan persentase 18%. Dan usia 30-39 sebanyak 32%.

4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menginap di Hotel Duta Jambi

Dibawah ini, dapat dilihat responden berdasarkan lamanya menginap di Hotel Duta Jambi pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Lamanya Menginap Di Hotel Duta Jambi

Menginap	Jumlah	Persentase (%)
≤ 3 hari	38	38

3 – 6 hari	59	59
7 – 15 hari	3	3
Diatas 15 hari	-	-
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa lamanya responden menginap di Hotel Duta Jambi \leq 3 hari dengan persentase sebesar 38%.

3 – 6 hari sebanyak 59%, 7 – 15 hari sebanyak 3%, dan tidak ada responden yang menginap diatas 15 hari.

4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Dibawah ini, dapat dilihat berdasarkan pekerjaan responden pada table berikut :

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa	9	9
Pegawai negeri/swasta	56	56
Pengusaha	23	23
Tidak bekerja	12	12
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas responden sebagai mahasiswa adalah sebanyak 9%, selanjutnya sebagai pegawai negeri/swasta sebesar 56%, Pengusaha sebesar 23%, serta Tidak bekerja sebanyak 12%.

4.1.2. Kuliatas pelayanan pada Hotel Duta Kota Jambi

Kualitas pelayanan pada Hotel Duta Kota Jambi dapat terlihat dari hasil responden sebagai berikut:

A. Berwujud (*tangible*)

Tabel 4.5
Jawaban Responden Terhadap Dimensi Berwujud

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Hotel Duta Jambi memiliki kamar yang menarik dan nyaman.	28	56	10	3	3	197	setuju
2	Fasilitas fisik Hotel Duta Jambi memiliki daya tarik	22	51	18	3	6	220	setuju
3	Karyawan Hotel Duta Jambi berpakaian dan berpenampilan rapi	26	55	15	4	-	197	setuju
	Total						614	
	Rata – rata						205	setuju

Sumber :Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju dengan penampilan Hotel Duta Jambi memiliki kamar yang menarik dan nyaman skornya 197. Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju Fasilitas fisik Hotel

Duta Jambi memiliki daya tarik dan total skornya 220. Kemudian berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju Karyawan Hotel Duta Jambi berpakaian dan berpenampilan rapi dan total skornya 197.

Secara keseluruhan responden setuju dengan dimensi berwujud (*tangible*) dengan rata-rata skornya sebesar 205. Kenyataan ini menunjukkan bahwa wujud (*tangible*) telah menunjukkan penampilan yang baik.

B. Empati (*Emphaty*)

Tabel 4.6
Jawaban Responden Terhadap Dimensi Empati

No.	Pertanyaan	Sangat Setuju	setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	Keterangan
		1		2	3	4		
4	Hotel Duta Jambi memiliki kepedulian individual terhadap pengunjung	14	41	37	4	3	238	setuju
5	Karyawan Hotel Duta Jambi memahami kebutuhan anda	12	43	38	7	-	240	setuju
6	Anda mudah untuk menghubungi karyawan Hotel Duta Jambi	14	45	28	13		240	setuju
	Total						718	
	Rata – rata						240	setuju

Sumber :Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju Hotel Duta Jambi memiliki kepedulian individual terhadap pengunjung skornya 238. Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju Karyawan Hotel Duta Jambi

memahami kebutuhan anda total skornya 240. Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju bahwa responden mudah untuk menghubungi karyawan Hotel Duta Jambi total skornya 240.

Secara keseluruhan responden menilai setuju dengan dimensi Empati (*Emphaty*) yang sudah dilakukan dengan baik dan rata-rata skornya sebesar 240.

C. Kehandalan (*Reliability*)

Tabel 4.7
Jawaban Responden Terhadap Kehandalan

No.	Pertanyaan	Sangat Setuju	setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	Keterangan
		1		2	3	4		
7	Penampilan fasilitas Hotel Duta Jambi sesuai dengan jenis jasa yang disediakan	24	47	19	6	4	219	setuju
8	Hotel Duta Jambi memberikan jasanya sesuai waktu yang ditentukan	21	45	27	7	-	220	setuju
9	Hotel Duta Jambi memberikan informasi yang jelas pada saat check in/ check out	30	51	19	-	-	189	setuju
10	Hotel Duta Jambi bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan	20	50	20	7	3	223	setuju
	Total						851	
	Rata – rata						213	setuju

Sumber :Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju Bahwa penampilan fasilitas Hotel Duta Jambi sesuai dengan jenis jasa yang disediakan total skornya 219. Berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju bahwa Hotel Duta Jambi memberikan jasanya sesuai waktu yang ditentukan total skornya 220. Berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju bahwa Hotel Duta Jambi memberikan informasi yang jelas pada saat check in/ check out total skornya 189. Berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju bahwa Hotel Duta Jambi bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan total skornya 223.

Responden setuju dengan dimensi kehandalan (*reliability*) rata-rata sebesar 213.

D. kecepattanggapan (*Responsiveness*)

Tabel 4.8
Jawaban Responden Terhadap Dimensi Kecepattanggapan

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	Keterangan
		1		2	3	4		
11	Pihak Hotel Duta selalu siap dalam memberikan pelayanan	13	43	40	4	-	235	setuju
12	Hotel Duta Jambi cepat dalam memberikan pelayanan.	10	47	39	4	-	237	setuju
13	Pihak Hotel Duta selalu bersedia membantu para pelanggan	15	43	38	1	3	234	setuju
	Total						706	
	Rata – rata						235	setuju

Sumber :Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju Pihak Hotel Duta selalu siap dalam memberikan pelayanan total skornya 235. Berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju bahwa Hotel Duta Jambi cepat dalam memberikan pelayanan total skornya 237. Kemudian berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju bahwa Pihak Hotel Duta selalu bersedia membantu para pelanggan total skornya 234.

Responden setuju dengan dimensi kecepattanggapan (*responsiveness*) rata-rata sebesar 235.

E. Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.9
Jawaban Responden Terhadap Dimensi Jaminan

No.	Pertanyaan	Sangat Setuju	setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	Keterangan
		1		3	4	5		
14	Anda dapat mempercayai karyawan Hotel Duta Jambi	7	51	20	19	3	260	setuju
15	Anda merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Duta Jambi	9	56	31	4	-	230	setuju
16	Karyawan Hotel Duta Jambi mendapatkan dukungan yang memadai dari institusi sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik	7	60	20	7	6	245	setuju

	Total						735	
	Rata – rata						245	setuju

Sumber :Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju jika responden dapat mempercayai karyawan Hotel Duta Jambi dan total skornya 260. Berdasarkan keterangan diatas diketahui responden setuju bahwa responden merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Duta Jambi total skornya 230. Berdasarkan keterangan diatas diketahui Karyawan Hotel Duta Jambi mendapatkan dukungan yang memadai dari institusi sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik total skornya 245.

Responden setuju dengan dimensi jaminan (*assurance*) rata-rata sebesar 245.

4.1.3. Keputusan Pelanggan Menginap pada Hotel Duta Kota Jambi

Keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Kota Jambi dapat terlihat dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

Keputusan pelanggan menginap

Tabel 4.10
Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap

No.	Pertanyaan	Sangat Setuju	setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Skor	keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Hotel Duta Jambi ini menjadi prioritas utama saya dalam memilih tempat menginap	19	44	15	13	9	249	setuju

2	Saya merasa nyaman menginap di Hotel Duta Jambi	21	55	18	6	-	209	setuju
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang-orang untuk menginap di Hotel Duta Jambi	19	44	23	12	2	234	setuju
4	Saya menginap di Hotel Duta karena hotel ini sesuai dengan kebutuhan saya	23	49	21	7	-	212	setuju
	Total						904	
	Rata – rata						226	setuju

Sumber :Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju bahwa Hotel Duta Jambi ini menjadi prioritas utama saya dalam memilih tempat menginap total skornya sebesar 249. Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju bahwa responden merasa nyaman menginap di Hotel Duta Jambi skornya sebesar 209. Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden akan merekomendasikan kepada orang-orang untuk menginap di Hotel Duta Jambi skornya sebesar 234. Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden menginap di Hotel Duta karena hotel ini sesuai dengan kebutuhan saya skornya sebesar 212.

Secara keseluruhan menurut responden setuju dengan dimensi kualitas pelayanan rata-rata skornya sebesar 226.

4.2. Analisis dan Pembahasan

4.2.1 Analisis Kualitas pelayanan

Hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas penilaian kualitas pelayanan Hotel Duta Kota Jambi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.11
Jawaban Responden Terhadap 16 Item Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Dimensi	Skor	Keterangan
1	Hotel Duta Jambi memiliki kamar yang menarik dan nyaman.	Berwujud (<i>Tangible</i>)	197	setuju
2	Fasilitas fisik Hotel Duta Jambi memiliki daya tarik	Berwujud (<i>Tangible</i>)	220	setuju
3	Karyawan Hotel Duta Jambi berpakaian dan berpenampilan rapi	Berwujud (<i>Tangible</i>)	197	setuju
4	Hotel Duta Jambi memiliki kepedulian individual terhadap pengunjung	Empati (<i>Emphaty</i>)	238	setuju
5	Karyawan Hotel Duta Jambi memahami kebutuhan anda	Empati (<i>Emphaty</i>)	240	setuju
6	Anda mudah untuk menghubungi karyawan Hotel Duta Jambi	Empati (<i>Emphaty</i>)	240	setuju
7	Penampilan fasilitas Hotel Duta Jambi sesuai dengan jenis jasa yang disediakan	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	219	setuju
8	Hotel Duta Jambi memberikan jasanya sesuai waktu yang ditentukan	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	220	setuju
9	Hotel Duta Jambi memberikan informasi yang jelas pada saat check in/ check out	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	189	setuju
10	Hotel Duta Jambi bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	223	setuju
11	Pihak Hotel Duta selalu siap dalam memberikan pelayanan	Kecepat tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	235	setuju
12	Hotel Duta Jambi cepat dalam memberikan pelayanan.	Kecepat tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	237	setuju
13	Pihak Hotel Duta selalu bersedia membantu para pelanggan	Kecepat tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	234	setuju

14	Anda dapat mempercayai karyawan Hotel Duta Jambi	Jaminan (<i>Assurance</i>)	260	setuju
15	Anda merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Duta Jambi	Jaminan (<i>Assurance</i>)	230	setuju
16	Karyawan Hotel Duta Jambi mendapatkan dukungan yang memadai dari institusi sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik	Jaminan (<i>Assurance</i>)	245	setuju
	Total		3624	
	Rata-rata		227	Setuju

Sumber : data diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa responden setuju dengan kualitas pelayanan Hotel Duta Kota Jambi rata-rata skornya sebesar 223.

Jawaban responden tertinggi berkaitan dengan jaminan (*Assurance*) yang dilakukan kualitas pelayanan Hotel Duta Kota Jambi responden dapat mempercayai karyawan Hotel Duta Jambi skornya 260. Sedangkan jawaban responden terendah yaitu berkaitan dengan masalah Hotel Duta Jambi memberikan informasi yang jelas pada saat check in/ check out dengan total skornya sebesar 189.

4.2.2 Keputusan Pelanggan menginap

Hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan urutan prioritas keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Kota Jambi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Jawaban Responden Terhadap 4 item keputusan pelanggan menginap

No	Indikator	Dimensi	Skor	Keterangan
1	Hotel Duta Jambi ini menjadi prioritas utama saya dalam memilih tempat menginap	Keputusan pelanggan menginap	249	setuju

2	Saya merasa nyaman menginap di Hotel Duta Jambi	Keputusan pelanggan menginap	209	setuju
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang-orang untuk menginap di Hotel Duta Jambi	Keputusan pelanggan menginap	234	setuju
4	Saya menginap di Hotel Duta karena hotel ini sesuai dengan kebutuhan saya	Keputusan pelanggan menginap	212	setuju
	Total		904	
	Rata-rata		226	Setuju

Sumber : data diolah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa menurut responden setuju dengan 4 item keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Kota Jambi rata-rata skornya sebesar 226.

Jawaban responden tertinggi berkaitan dengan Hotel Duta Jambi ini menjadi prioritas utama saya dalam memilih tempat menginap skornya sebesar 349.

Sedangkan jawaban responden terendah yaitu berkaitan dengan responden merasa nyaman menginap di Hotel Duta Jambi skornya 209.

4.2.3 Analisis Kualitas pelayanan pada keputusan pelanggan menginap

Kesimpulan kondisi kualitas pelayanan (X), dan Keputusan pelanggan menginap (Y) pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Kondisi Variabel

No.	Variabel	Total	Rata-rata	Kesimpulan
1	kualitas pelayanan (X)	3624	227	Setuju
2	Keputusan pelanggan menginap (Y)	904	226	Setuju

Sumber: data diolah

4.2.4 Uji Koefisien korelasi dan Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,2005). Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Dalam penggunaannya, Koefisien determinasi (r^2) menunjukkan besarnya pengaruh variabel X terhadap Y secara bersama-sama yang dinyatakan dalam persentase (%). Hasil perhitungan SPSS untuk melihat koefisien determinasi dapat dilihat pada model summary berikut ini :

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.370 ^a	.137	.128	.49185

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (X) terhadap keputusan pelanggan menginap (Y) adalah 0,370, artinya terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel X dan Y.

Dari hasil pengujian korelasi maka diperoleh nilai (determinasi) = r^2 sebesar 0,137 angka ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan variabel Y atau keputusan pelanggan menginap di Hotel Duta Jambi

sebesar 13,7 % sedangkan sisanya 86,3% disebabkan oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti seperti fasilitas.

4.2.5 Persamaan Regresi Linear Sederhana

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Jambi berdasarkan perhitungan SPSS 20 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.15
Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.659	.411		1.601	.113
Kualitas Pelayanan	.720	.182	.370	3.948	.000

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan Menginap

Berdasarkan keterangan diatas diketahui persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.659 + 0,720X$$

Dengan kata lain persamaan regresi tersebut diatas dapat dikatakan bahwa koefisien regresi variabel kualitas pelayanan arah positif terhadap keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Kota Jambi.

Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,720 artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan pelanggan Kota Jambi akan mengalami kenaikan sebesar 72%.

Konstanta sebesar 0,659 artinya jika kualitas pelayanan konstan, maka keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Kota Jambi sebesar 65,9%.

Berikut ini dapat dilihat kesimpulan dari pengolahan regresi sederhana dalam melihat kualitas pelayanan (X) terhadap keputusan pelanggan menginap (Y) pada tabel 4.16 dibawah ini :

Tabel 4.16
Kesimpulan

No.	Variabel	Nilai Koefisien	Pengaruh
	Kualitas pelayanan	0,720	Positif

4.2.6 Hasil Penelitian

1). Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pelanggan menginap). Pengujian melalui uji t pada taraf nyata $\alpha = 0.05$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan thitung probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($p < 0.05$). Nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,660 (dengan melihat t tabel pada tingkat signifikansi 0,05).

Tabel 4.17
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.659	.411		1.601	.113
1 Kualitas Pelayanan	.720	.182	.370	3.948	.000

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan Menginap

Dengan menggunakan α 0,05 dengan df 98 maka hasil perhitungan t tabel masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta kota Jambi.

Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X) adalah 3,948. Dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $3,948 >$ nilai t tabel 1,660 dan tingkat signifikansi $0,000 < \text{probabilitas signifikansi } \alpha = 0,05$, maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pelanggan menginap.

Uji t digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat.

- Variabel kualitas pelayanan

$H_0 : b_1 = 0$: variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelanggan menginap.

$H_1 : b_1 \neq 0$: variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelanggan menginap.

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, untuk variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh nilai t hitung 3,948 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, maka H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta kota Jambi.

Dari model regresi tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut yakni sebagai berikut:

- 1). Variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap keputusan pelanggan menginap (Y) dengan nilai t hitung $3,948 >$ t tabel 1,660

Intepretasi Hasil Penelitin uji t

Dengan demikian hipotesis kedua pada penelitian ini yang menyatakan diduga variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap keputusan keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta kota Jambi terbukti dan diterima.

4.2.7 Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis penelitian diatas dapat disimpulkan dari keseluruhan variabel independen kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen keputusan pelanggan menginap (Y).

1. Berdasarkan hasil analisis skala likert pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan keputusan pelanggan menginap semuanya memberikan nilai setuju, karena dilihat dari kondisi varibel kualitas pelayanan dengan rata-rata 227 kesimpulannya setuju, dan keputusan pelanggan menginap dengan rata-rata 226. Kesimpulannya setuju jadi dari seluruh variabel yang diteliti memiliki hasil kesimpulan setuju atau baik. Dan dilihat dari hasil uji koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (X), dan keputusan pelanggan menginap (Y) pada Hotel Duta Kota Jambi adalah 0,831, artinya terdapat hubungan yang erat secara bersama-sama antara variabel X dan Y,
2. Berdasarkan hasil uji T diatas Pengujian melalui uji t pada taraf nyata $\alpha = 0.05$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan thitung probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($p < 0.05$).Nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,660 (dengan melihat t tabel pada tingkat signifikansi 0,05) maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pelanggan menginap.
3. Berdasarkan hasil regresi linear sederhana kualitas pelayanan (X) sebesar 0,720 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai X akan meningkatkan keputusan pelanggan menginap (Y) sebesar 72%. Berdasarkan uji parsial diperoleh hasil derajat kebebasan (df) = 98, α 0,05 dengan demikian kriteria terhadap keputusan pelanggan menginap adalah : t hitung 3,948 > nilai t tabel 1,660, sehingga Pernyataan hipotesis

kedua H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti secara parsial kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan menginap.

Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh hasil nilai koefisien determinasi R^2 (*R Square*) 0,137, Dengan kata lain kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap keputusan pelanggan menginap (Y) adalah sebesar 13,7% sedangkan sisanya 86,3% disebabkan oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti. Berdasarkan uji parsial diperoleh hasil derajat kebebasan (df) = 98, α 0,05 dengan demikian kriteria terhadap keputusan pelanggan menginap adalah : t hitung 3,948 > nilai t tabel 1,660, sehingga Pernyataan hipotesis kedua H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti secara parsial kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan menginap.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis skala likert pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan keputusan pelanggan menginap semuanya memberikan nilai setuju, jadi dari seluruh variabel yang diteliti memiliki hasil kesimpulan setuju atau baik. Karena kualitas pelayanann terhadap keputusan pelanggan menginap memberikan keuntungan pada Hotel Duta.
2. Berdasarkan hasil analisis secara parsial nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X) adalah 3,948. Dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung $3,948 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,660$ dan tingkat signifikansi $0,000 < \text{probabilitas signifikansi } \alpha = 0,05$, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Kota Jambi.

5.2 Saran

Bagi pihak Hotel Duta Kota Jambi penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya melatih karyawan hotel untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan pengunjung dengan berbagai metode seperti selalu cepat tanggap dalam memberikan informasi dan siap melayani. Dengan demikian pengunjung merasa mereka diperhatikan dengan khusus.

2. Perusahaan juga harus memastikan bahwa Karyawan Hotel Duta Jambi memahami kebutuhan pengunjung yang bisa mempengaruhi keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Jambi.
3. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat memperoleh hasil yang bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan menginap.

Daftar Pustaka

- Agus Hermawan, (2012), *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler, (2002), *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhalindo, Jakarta
- Assauri, Sofjan, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- _____, 2010. *Manajemen Pemasaran*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Buchari Alma, (2007), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, CV. Alfabeta, Bandung
- Ida, Nuraini. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Aditya Media. Malang.
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. PT Prenhallindo. Jakarta.
- _____, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas jilid 1. Indeks. Jakarta.
- _____, (2009), *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, Erlangga, Jakarta
- Manullang M. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen*. GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS. Yogyakarta.
- Poli. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Buku Panduan Mahasiswa)*. Penerbit PT. Prenhalindo bekerja sama dengan APTIK Jakarta.
- Rahman, 2004. *Manajemen*. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Stanton, William J, 1985. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty Cetakan ketigabelas Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III, Yogyakarta : Andi
- Rahman, 2004. *Manajemen*. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Stanton, William J, 1985. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

Swastha, Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty Cetakan ketigabelas Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III, Yogyakarta : Andi

KUESIONAR PENELITIAN

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP PADA HOTEL DUTA JAMBI”

Kepada Yth.

Pimpinan Hotel Duta.

Kota Jambi

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyusun tugas akhir guna memenuhi syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi, saya mahasiswa UNBARI ingin mengajukan beberapa pertanyaan atau kuesioner mengenai “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP PADA HOTEL DUTA

JAMBI”.

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban atas kuesioner ini sangatlah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.

Atas perhatian dan waktu yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Yowan marcelina aritonang.

A. Profil Responden

Berilah tanda contreng (√) pada salah satu jawaban yang anda pilih pada pertanyaan berikut ini:

1. Jenis Kelamin	: a. Laki-laki	65
	: b. Perempuan	35
2. Usia Anda	: a. ≤ 19 tahun	9
	: b. 20 – 29 tahun	32
	: c. 30 – 39 tahun	18
	: d. ≥ 40 tahun	
3. Lamanya menginap di Hotel Duta Jambi	: a. ≤ 3 hari	38
	: b. 3 – 6 hari	59
	: c. 7 – 15 hari	3
	: d. Diatas 15 hari	-
4. Pekerjaan anda saat ini	: a. Mahasiswa	9
	: b. Pegawai negeri/swasta	56
	: c. Pengusaha	23
	: d. Tidak bekerja	12

B. Kuesioner Pengambilan Keputusan pelanggan menginap

Petunjuk

Berilah tanda contreng (√) sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Setelah membaca petunjuk ini, silahkan memberi tanggapan anda pada setiap pertanyaan berikut :

No.	Pertanyaan	Sangat Setuju	setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

						uju
1	A. Berwujud (tangible)					
1	Hotel Duta Jambi memiliki kamar yang menarik dan nyaman.	28	56	10	3	3
2	Fasilitas fisik Hotel Duta Jambi memiliki daya tarik	22	51	18	3	6
3	Karyawan Hotel Duta Jambi berpakaian dan berpenampilan rapi	26	55	15	4	-
	B. Empati (Emphaty)					
4	Hotel Duta Jambi memiliki kepedulian individual terhadap pengunjung	14	41	37	4	3
5	Karyawan Hotel Duta Jambi memahami kebutuhan anda	12	43	38	7	-
6	Anda mudah untuk menghubungi karyawan Hotel Duta Jambi	14	45	28	13	
	C. Keandalan (Reliability)					
7	Penampilan fasilitas Hotel Duta Jambi sesuai dengan jenis jasa yang disediakan	24	47	19	6	4
8	Hotel Duta Jambi memberikan jasanya sesuai waktu yang ditentukan	21	45	27	7	-
9	Hotel Duta Jambi memberikan informasi yang jelas pada saat check in/ check out	30	51	19	-	-
10	Hotel Duta Jambi bersikap simpatik terhadap masalah pe.langgan	20	50	20	7	3
	D. kecepattanggapan (Responsiveness)					

11	Pihak Hotel Duta selalu siap dalam memberikan pelayanan	13	43	40	4	-
12	Hotel Duta Jambi cepat dalam memberikan pelayanan.	10	47	39	4	-
13	Pihak Hotel Duta selalu bersedia membantu para pelanggan	15	43	38	1	3
	E. Jaminan (Assurance)					
14	Anda dapat mempercayai karyawan Hotel Duta Jambi	7	51	20	19	3
15	Anda merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Duta Jambi	9	56	31	4	-
16	Karyawan Hotel Duta Jambi mendapatkan dukungan yang memadai dari institusi sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik	7	60	20	7	6
2	Keputusan pelanggan menginap					
1	Hotel Duta Jambi ini menjadi prioritas utama saya dalam memilih tempat menginap	19	44	15	13	9
2	Saya merasa nyaman menginap di Hotel Duta Jambi	21	55	18	6	-
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang-orang untuk menginap di Hotel Duta Jambi	19	44	23	12	2
4	Saya menginap di Hotel Duta karena hotel ini sesuai dengan kebutuhan saya	23	49	21	7	-

Succesive Interval Kualitas Pelayanan																	
No	berwujud (Taangible)			Empati (emphaty)			Kehandalan (Reliability)				Wattanggapan (Responsiv)			Jaminan (assurance)			Rata-rata
Respoden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	1	3	1	4	3	4	1	1	3	1	3	3	3	4	2	1	2,375
2	1	2	1	4	3	4	1	1	1	3	3	2	3	4	2	2	2,313
3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2	1	2	2,188
4	3	2	3	3	2	2	1	4	1	2	2	4	2	2	1	1	2,188
5	3	1	2	1	3	1	2	2	1	1	4	3	3	1	4	1	2,063
6	2	1	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	2	2	4	2	2,500
7	1	3	3	2	1	2	1	1	3	4	3	1	1	2	3	4	2,188
8	2	1	2	1	1	1	1	4	3	3	4	1	1	1	2	3	1,938
9	2	2	2	1	2	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	3	2,625
10	2	2	1	2	1	4	3	3	2	1	1	2	1	4	3	2	2,125
11	1	1	1	4	2	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	1	2,125
12	1	1	1	3	3	4	2	2	2	2	3	1	3	4	1	3	2,250
13	3	2	2	3	2	4	1	3	1	1	2	3	2	4	1	1	2,188
14	1	2	3	2	2	1	1	2	1	4	2	4	2	1	2	1	1,938
15	2	1	2	1	1	2	3	4	3	4	1	4	1	2	1	2	2,125
16	2	2	2	3	1	1	3	1	2	3	1	4	1	1	2	1	1,875
17	1	3	1	4	4	1	2	3	2	4	4	3	4	1	4	2	2,688
18	1	1	1	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	2,875
19	3	2	4	3	3	2	1	2	1	1	3	4	3	2	2	3	2,438
20	3	1	4	4	2	3	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2,188
21	2	2	3	4	2	3	3	1	3	1	2	2	2	3	1	3	2,313
22	2	2	2	2	3	2	3	1	1	1	3	1	3	2	2	3	2,063
23	1	1	2	3	3	1	2	3	2	3	3	1	3	1	2	2	2,063
24	1	1	3	4	1	2	1	1	2	2	4	1	1	2	1	2	1,813
25	3	3	3	3	1	3	2	2	1	3	4	3	1	3	1	1	2,313
26	3	3	1	3	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	4	2,375
27	2	2	1	4	1	4	1	1	2	2	4	2	1	4	3	4	2,375
28	2	1	2	4	2	4	1	1	2	1	4	1	2	4	3	2	2,250
29	1	2	1	3	4	3	3	2	1	2	1	2	4	3	4	2	2,375
30	1	3	2	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	1	2,750
31	3	2	4	4	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	4	4	2,438
32	3	4	4	3	2	1	2	2	1	4	2	4	2	1	4	4	2,688
33	2	4	2	3	1	3	2	3	2	4	1	4	1	3	2	2	2,438
34	1	3	2	4	2	3	1	1	1	3	2	3	2	2	1	1	2,000
35	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	4	2,438
36	2	1	3	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	3	3	1,688
37	1	1	3	3	1	2	3	2	1	1	1	1	1	3	3	4	1,938
38	1	3	1	3	2	3	2	2	1	3	2	3	2	4	2	1	2,188
39	3	2	1	2	3	2	2	1	3	2	1	2	3	4	3	1	2,188
40	3	3	2	2	3	1	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	2,438
41	2	1	1	3	4	1	1	3	2	1	2	1	3	3	2	1	1,938
42	2	3	2	2	3	2	1	3	1	3	1	3	3	4	2	4	2,438
43	2	4	2	3	4	1	3	2	2	4	1	4	1	4	1	4	2,625
44	1	4	1	1	4	2	3	1	3	4	2	4	1	1	4	3	2,438
45	1	4	1	3	2	3	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2,625
46	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	3	1	2	2	4	2,375
47	3	4	1	2	2	2	3	2	3	4	3	4	2	3	2	1	2,563
48	2	4	2	2	3	1	2	2	2	2	2	4	4	3	1	2	2,375
49	2	1	2	1	3	1	2	3	2	2	1	1	4	4	2	2	2,063
50	2	2	2	1	2	4	2	2	1	1	3	2	2	4	2	1	2,063
51	1	1	1	3	3	4	1	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1,750
52	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	3	4	3	1,938
53	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	2	2	2	3	2,188
54	3	2	3	2	2	2	3	1	3	2	1	2	2	3	3	2	2,250
55	2	2	3	3	1	3	2	2	2	1	4	2	1	2	3	2	2,188
56	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2	4	2	1	2	2	1	2,250
57	3	1	1	1	4	1	1	2	1	2	3	1	2	3	1	1	1,750
58	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	4	1	3	3	2	3	1,875
59	2	3	2	2	2	2	4	1	2	4	4	3	3	2	2	3	2,563
60	1	3	2	1	1	1	4	1	1	4	1	3	4	1	2	2	2,000
61	1	2	1	2	2	2	3	4	1	3	2	2	3	1	1	1	1,938
62	1	2	1	3	2	4	2	4	1	2	2	2	4	1	1	2	2,125
63	2	3	3	2	1	4	2	3	2	2	1	3	4	2	3	2	2,438
64	3	2	1	2	4	2	3	2	3	1	1	2	2	3	1	1	2,063
65	2	2	2	1	4	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2,063
66	2	1	2	1	3	1	3	3	2	1	3	1	2	2	1	3	1,938
67	1	1	1	4	4	2	3	3	3	1	2	3	3	3	1	3	2,375
68	1	1	1	4	4	2	2	4	3	3	2	3	3	3	1	2	2,438
69	4	2	3	3	1	1	1	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2,313
70	4	3	3	2	2	1	2	4	4	3	1	4	3	4	3	2	2,813
71	3	2	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	2,625
72	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2,188
73	2	1	1	3	3	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1,813
74	3	1	1	1	2	4	1	2	3	2	1	3	1	3	1	2	1,938
75	3	4	3	1	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3,063
76	1	4	3	2	3	4	4	3	1	2	2	1	4	1	3	4	2,625
77	1	3	2	1	2	4	3	2	1	4	1	1	2	1	2	3	2,063
78	2	2	2	2	1	2	2	3	2	4	1	2	2	3	2	3	2,188

79	1	2	1	4	2	1	2	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1,750
80	2	3	1	4	3	2	3	1	2	1	3	2	2	3	1	1	2,125
81	4	3	3	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	3	3	2	2,563
82	4	4	3	2	4	3	4	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2,875
83	2	3	2	1	4	2	3	1	2	1	2	2	4	2	1	3	2,188
84	2	4	1	2	3	3	4	2	1	1	1	1	3	4	1	3	2,250
85	2	4	2	2	3	3	4	2	1	3	1	1	3	4	2	4	2,563
86	3	2	2	1	1	2	2	1	3	2	3	3	1	3	2	3	2,125
87	3	1	1	1	1	2	1	2	3	2	3	3	1	3	1	3	1,938
88	1	2	1	2	3	1	2	1	1	3	2	1	3	1	1	4	1,813
89	1	3	3	1	2	4	3	2	1	2	2	1	2	1	3	4	2,188
90	2	3	3	2	3	4	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2,500
91	1	2	2	2	1	2	2	3	1	1	4	1	1	4	2	3	2,000
92	2	3	2	1	3	2	3	2	2	2	4	2	3	3	2	2	2,375
93	2	3	2	1	4	1	3	4	2	1	3	2	4	3	3	3	2,563
94	1	1	1	2	4	2	1	3	1	2	3	3	4	4	2	2	2,250
95	1	1	1	4	2	2	1	4	1	3	2	3	2	3	2	3	2,188
96	2	2	3	3	3	1	3	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2,500
97	1	1	3	3	4	4	3	2	1	2	2	1	4	3	3	3	2,500
98	2	2	2	2	4	4	2	4	2	1	1	2	4	4	2	2	2,500
99	2	2	2	1	1	3	2	2	1	2	2	3	1	4	4	4	2,250
100	2	1	2	3	2	4	1	2	1	2	2	3	2	2	4	4	2,313
	197	220	197	238	240	240	219	220	189	223	235	237	234	260	220	245	

Succesive Interval Keputusan Pelanggan Menginap					
No	Keputusan Pelanggan Menginap				Rata-rata
Respoden	1	2	3	4	
1	4	3	4	3	3,500
2	4	2	4	2	3,000
3	1	2	1	2	1,500
4	3	2	3	2	2,500
5	1	1	1	1	1,000
6	2	1	2	1	1,500
7	2	2	2	2	2,000
8	1	1	1	1	1,000
9	1	2	1	2	1,500
10	2	2	2	2	2,000
11	4	1	4	1	2,500
12	3	1	3	1	2,000
13	3	2	3	2	2,500
14	2	2	2	2	2,000
15	1	1	1	1	1,000
16	3	2	3	2	2,500
17	4	3	4	3	3,500
18	4	1	4	1	2,500
19	3	2	3	2	2,500
20	4	1	4	1	2,500
21	4	2	4	2	3,000
22	2	2	2	2	2,000
23	3	1	3	1	2,000
24	4	1	4	1	2,500
25	3	3	3	3	3,000
26	3	3	3	3	3,000
27	4	2	4	2	3,000
28	4	1	4	1	2,500
29	3	2	3	2	2,500
30	1	3	1	3	2,000
31	3	2	3	4	3,000
32	3	4	3	3	3,250
33	2	4	2	3	2,750
34	1	3	1	4	2,250
35	2	3	2	3	2,500
36	2	1	2	1	1,500
37	1	1	1	3	1,500
38	1	3	1	3	2,000
39	3	2	3	2	2,500
40	3	3	3	2	2,750
41	2	1	2	3	2,000
42	2	3	2	2	2,250
43	2	2	2	2	2,000
44	4	2	4	3	3,250
45	4	1	4	1	2,500
46	3	1	3	1	2,000
47	3	3	3	2	2,750
48	2	1	2	1	1,500
49	2	2	2	2	2,000
50	2	2	2	2	2,000

51	1	1	4	3	2,250
52	1	1	1	3	1,500
53	3	3	2	2	2,500
54	3	1	3	2	2,250
55	2	2	3	1	2,000
56	2	2	2	2	2,000
57	3	1	1	3	2,000
58	2	1	2	1	1,500
59	2	2	2	2	2,000
60	2	4	2	1	2,250
61	3	3	1	2	2,250
62	1	3	1	2	1,750
63	2	2	3	1	2,000
64	3	1	1	1	1,500
65	2	3	2	3	2,500
66	2	2	2	3	2,250
67	1	2	1	2	1,500
68	1	3	1	1	1,500
69	4	1	3	2	2,500
70	4	1	3	3	2,750
71	3	2	2	2	2,250
72	2	3	2	4	2,750
73	2	4	1	4	2,750
74	2	3	1	3	2,250
75	3	3	3	3	3,000
76	2	4	3	1	2,500
77	2	4	2	1	2,250
78	1	3	2	3	2,250
79	1	1	1	2	1,250
80	1	3	1	3	2,000
81	2	3	3	2	2,500
82	3	2	3	2	2,500
83	2	1	2	1	1,500
84	2	2	1	2	1,750
85	1	2	2	2	1,750
86	4	1	2	3	2,500
87	3	1	1	1	1,500
88	3	3	1	2	2,250
89	4	3	3	1	2,750
90	4	2	3	2	2,750
91	3	2	2	2	2,250
92	1	2	2	4	2,250
93	3	3	3	1	2,500
94	3	3	3	2	2,750
95	2	3	1	4	2,500
96	2	3	3	3	2,750
97	3	2	3	3	2,750
98	3	2	2	2	2,250
99	4	1	3	3	2,750
100	4	1	3	3	2,750
	249	209	234	212	

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Y
 /METHOD=ENTER X.

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^b		Stepwise (Criteria)

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Mengingat

All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.370 ^a	.137	.128	.49185

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.659	.411		1.601	.113
Kualitas Pelayanan	.720	.182	.370	3.948	.000

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan Mengingat

REGRESSION

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) BCOV R ANOVA CHANGE
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

```

/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID).

```

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pelanggan	2.2715	.52684	100
Kualitas Pelayanan	2.2390	.27095	100

Correlations

		Keputusan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Keputusan Pelanggan	1.000	.370
	Kualitas Pelayanan	.370	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pelanggan	.000	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.000
		100	100
		100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^b		Stepwise (Criteria)

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan
All requested variables entered.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	5.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
	(Constant)	.659	.411				1.601
Kualitas Pelayanan	.720	.182	.370	3.948	.000	.358	1.082

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Coefficient Correlations^a

Model		Kualitas Pelayanan
Correlations	Kualitas Pelayanan	1.000
Variances	Kualitas Pelayanan	.033

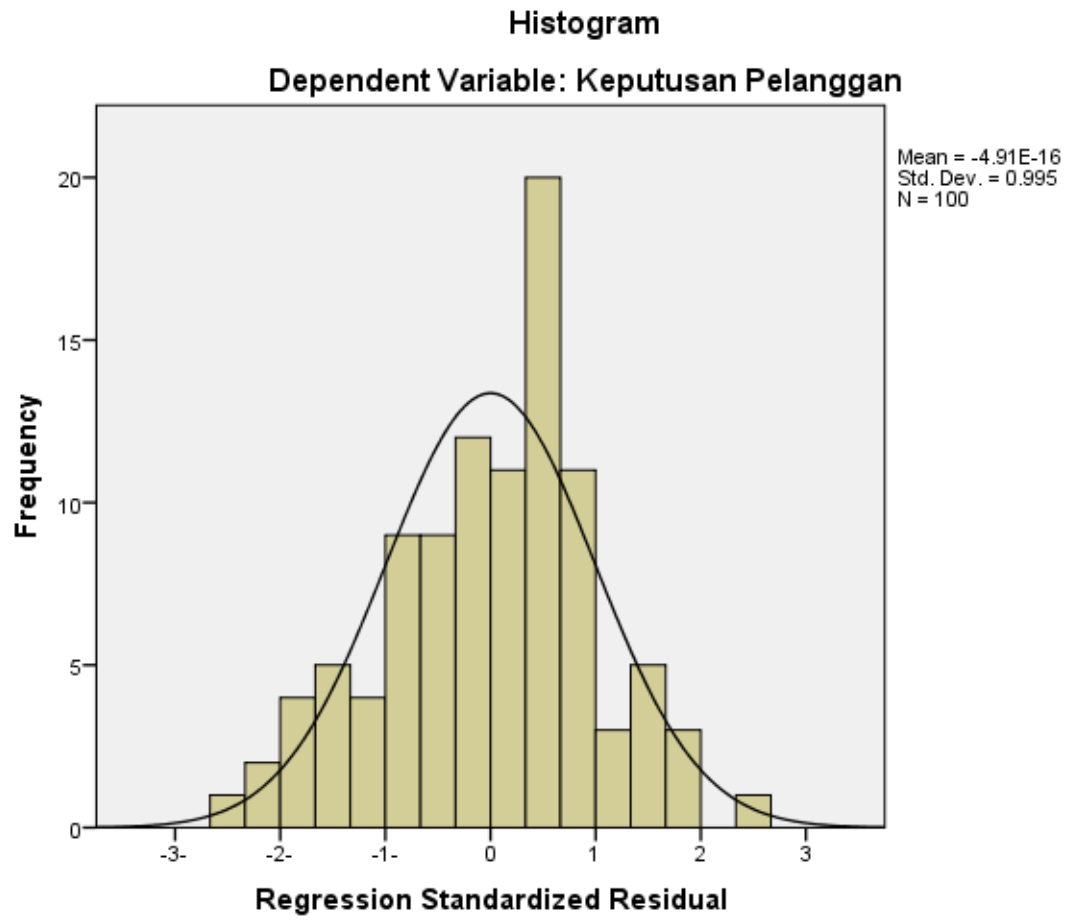
Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.8912	2.8241	2.2715	.19518	100
Std. Predicted Value	-1.949	2.831	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.049	.148	.067	.020	100
Adjusted Predicted Value	1.8724	2.8097	2.2719	.19578	100
Residual	-1.19304	1.16766	.00000	.48935	100
Std. Residual	-2.426	2.374	.000	.995	100
Std. Residual	-2.440	2.387	.000	1.004	100
Deleted Residual	-1.20709	1.18000	-.00039	.49866	100
Std. Deleted Residual	-2.505	2.447	-.002	1.014	100
Mahal. Distance	.000	8.014	.990	1.340	100
Cook's Distance	.000	.063	.010	.014	100
Centered Leverage Value	.000	.081	.010	.014	100

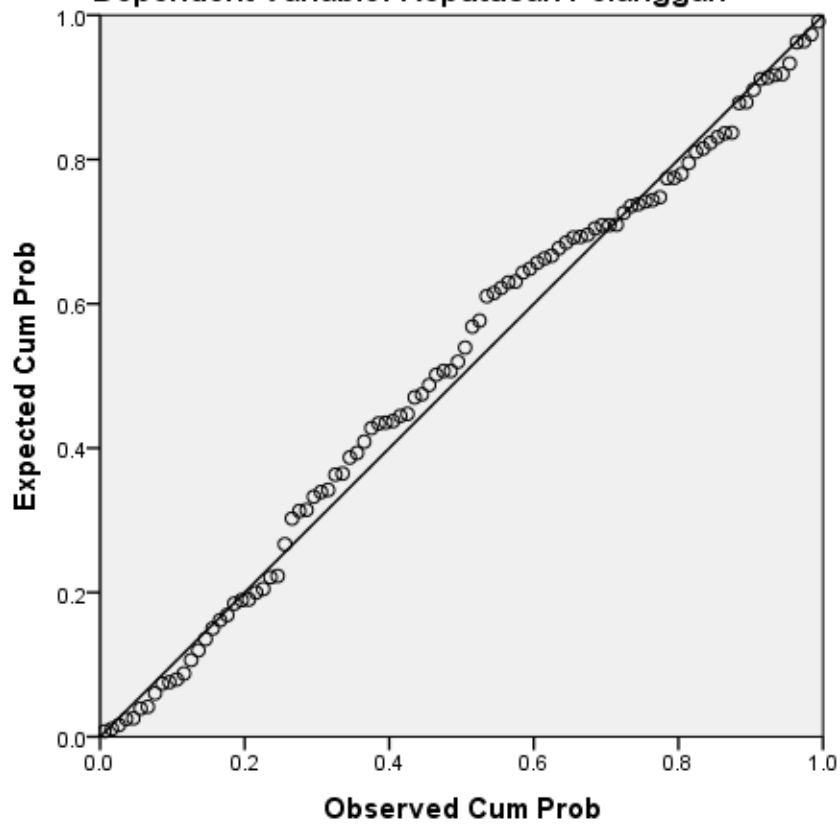
Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

