

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL ARISTA PALEMBANG

**Afrizawati**

Staff Pengajar Politeknik Negeri Sriwijaya  
Email: [raindang@gmail.com](mailto:raindang@gmail.com)

### Abstract

*The Quality of service is a benchmark to known good or not a service, because the quality of service will affect directly or indirectly the level of customer satisfaction whether it will have an impact on customer loyalty. To determine the extent effect quality of service on customer satisfaction at Arista Hotel Palembang and which one the dominant variables affecting the customer satisfaction, the results showing the dominant variable that influence customer satisfaction is physical evidence, with the variable regression coefficient of 0.000 and the regression results indicate show 40.27 percent of certain service quality provided by the Arista Hotel Palembang that affect customer satisfaction Arista hotel Palembang. Mean while the other of variables are variable assurance and empathy showing significant levels of 0.040 and 0.008, and than variables reliability and responsiveness are not significantly influence customer satisfaction. So it can be conclusion based on that customer satisfaction, which is the physical evidence variable that significantly impact the quality of service at Arista Hotel Palembang.*

**Keywords:** *quality of service, customer satisfaction, hotel*

### Pendahuluan

Kekuatan kualitas pelayanan merupakan basis kepuasan konsumen, karena dari pelayanan akan memunculkan *sacrifaction* tersendiri yang dirasakan oleh konsumen yang mempergunakan pelayanan baik dalam bentuk jasa maupun produk, sehingga akan muncul kekuatan dimana mengakibatkan seseorang konsumen kembali menggunakan pelayanan yang dirasa membawa kepuasan. Kualitas ini juga akan menjadi tolak ukur bagi konsumen/pelanggan jika mereka akan menggunakan pelayanan yang sama namun tempat atau orang penyelenggara berbeda. Di zaman sekarang terdapat banyak kebutuhan manusia tidak hanya terhadap jasa namun juga terhadap produk-produk yang di pasarkan oleh perusahaan, hal ini perlu menjadi perhatian perusahaan untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa dengan memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen karena kualitas jasa yang baik, tentunya akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam menghadapi beratnya tantangan dan tekanan persaingan dalam perkembangan dunia usaha.

Kualitas pelayanan yang baik akan membawa sektor usaha menjadi barometer dalam upaya merebut hati konsumen sehingga tidak menutup kemungkinan kosumen untuk kembali menggunakan produk jasa suatu perusahaan tersebut, karena paradigma *good service* telah melandasi pemikiran dan panca indera seorang konsumen, dan dapat dikatakan bahwa dengan kualitas jasa yang baik akan menimbulkan suatu bentuk loyalitas konsumen atau bahkan akan menarik konsumen baru untuk mempergunakan barang/jasa tersebut. Dalam mengimplementasikan kualitas pelayanan maupun jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah dengan memberikan level tingkatan terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan di bangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu Persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan konsumen maka layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas dan ideal. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Harapan pelanggan tersebut tercermin pada dimensi kualitas pelayanan. Ada 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik / berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian) dan *empathy*, (Parasuraman,dkk., 1998 : 181-183).

Di kota Palembang ada banyak hotel yang menawarkan jasa berkualitas prima salah satunya yaitu hotel Arista yang dahulu di kenal sebagai hotel Horison. Hotel Arista merupakan salah satu bentuk perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa dan mengalami perkembangan dengan pesat, yang semula pada awal keberadaanya sebagai tempat penginapan dan beristirahat, kedepan nya saat ini hotel Arista berkembang menjadi sarana untuk melakukan berbagai kepentingan bisnis serta kegiatan-kegiatan lain seperti : acara keluarga, acara pernikahan, sarana olahraga, acara kantor seperti meeting perusahaan dan lain-lain. Dengan semakin meningkatnya jumlah hotel berbintang, maka akan memberikan pengaruh yang signifikan dalam persaingan antar hotel untuk mendapatkan konsumen, sehingga dampak kedepannya konsumen akan mempunyai mengakibatkan konsumen mempunyai pilihan dalam penentuan jasa layanan hotel yang sesuai keinginan dan kemampuan financial konsumen itu sendiri.

Hotel Arista Palembang sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk dapat memberikan pelayanan dengan maksimal mungkin sebagai upaya untuk tetap unggul dalam menghadapi persaingan karena kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan untuk menilai suatu kepuasan dari pelayanan yang telah diberikan, yang ujungnya akan berdampak terhadap loyalitas konsumen. Hotel Arista Palembang terletak di Jl. Kapten A. Rivai, Palembang 30129 Sumatera Selatan. Hotel ini memiliki target untuk menjadi hotel pilihan utama di kota Palembang dengan usaha menggabungkan pasar sebagai wadah bisnis dan hiburan dengan tujuan untuk menjadi Hotel paling lengkap di Palembang. Dengan lokasi yang sangat strategis dan harga yang cukup terjangkau menjadikan hotel Arista sebagai salah satu hotel yang menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa penginapan ataupun fasilitas jasa yang ditawarkan hotel tersebut. Hotel ini menyediakan tempat untuk beristirahat berupa kamar yang berjumlah 140 kamar, dengan berbagai tipe yang terdiri dari *Superior*, *Duluxe*, *Club room*, *Executive Suite*, dan *Arista Suite*.

Tabel 1. Jenis dan Harga Kamar Pada Hotel Arista Palembang

Jenis Kamar	Jumlah	Lokasi	Publish Rate (Rp)	Special Rate (Rp)
Superior Room	20 Kamar	Lantai 3 – 5	847.000,-	535.000,-
Duluxe Room	94 Kamar	Lantai 6 – 8	1.249.809,-	854.339,-
Club Room	21 Kamar	Lantai 9	3.845.259,-	2.043.690,-
Suite Executive Room	3 Kamar	Lantai 9	8.494.547,-	3.495.690,-
Suite Room	2 Kamar	Lantai 9	5.309.359,-	4.826.690,-

Sumber : Hotel Arista Palembang, Juni, 2012

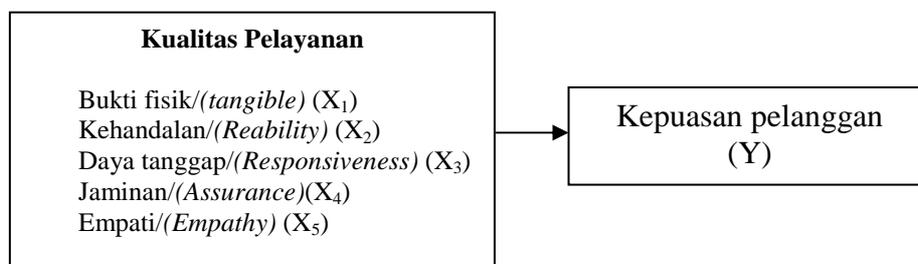
Hotel Arista Palembang juga menyediakan *meeting room*, dan *convention hall*. Di samping itu, hotel ini memiliki restoran, mini bar, sarana olahraga, spa serta kolam renang. Selain digunakan oleh para tamu yang menginap di hotel, berbagai fasilitas tersebut dapat pula digunakan oleh masyarakat umum. Kesuksesan suatu hotel dapat dilihat dari banyak sedikitnya tamu yang menginap di hotel tersebut. Salah satu faktor

yang mendukung hal itu adalah kepuasan yang dirasakan oleh para tamu hotel melalui kualitas pelayanan yang diterima. Kepuasan yang dirasakan tentunya memberikan dampak yang cukup besar bagi konsumen untuk menilai kelayakan kualitas yang telah diberikan pihak hotel. Menurut Lupiyoadi (2006 : 181), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat berpengaruh untuk kelangsungan hidup hotel itu sendiri. Pada bulan ke juli sampai desember 2011 total jumlah pelanggan yang menginap di hotel Arista Palembang berjumlah 18684 pelanggan dan pada bulan januari sampai juni 2012 total pelanggan yang menginap di hotel arista Palembang berjumlah 23577 pelanggan. Hal ini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam perolehan tingkat pengguna kamar pada hotel Arista Palembang.

Kondisi persaingan jasa perhotelan di Palembang yang semakin banyak kompetitor mengharuskan pihak hotel terus melakukan evaluasi, pembenahan manajemen, dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar mampu bertahan dan bersaing dengan para pesaingnya. Kualitas layanan yang dimaksud baik berupa bangunan hotel atau interior gedung, kehandalan karyawan, tata krama karyawan, kesigapan petugas dan lain sebagainya, dengan harapan agar para tamu hotel merasa nyaman dan senang berada di hotel tersebut. Tidak sedikit tamu yang terkadang mengeluhkan kinerja pelayanan yang mereka terima dari pihak hotel tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Sehingga, hal tersebut memberikan ketidakpuasan tamu hotel dalam menggunakan jasa yang diberikan. Tentunya persepsi yang demikian perlu dihindari oleh pihak manajemen hotel karena berdampak buruk bagi hotel itu sendiri. Hal ini juga yang dilakukan oleh Hotel Arista Palembang dalam pelaksanaannya, pelayanan prima dari berbagai segi diberikan oleh pihak hotel secara optimal supaya dapat memberikan kepuasan dan menimbulkan persepsi baik tentang hotel ini sehingga para tamu hotel memiliki loyalitas yang tinggi. Berdasarkan pemikiran dan uraian pada latar belakang tersebut maka rumusan permasalahannya adalah : Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang? Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang.

## Bahan dan Metode

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang. Penelitian tersebut dilakukan di Hotel Arista yang berlokasi di Jln. Kapten A.Rivai Palembang.



Gambar 1.1  
Kerangka Konsep Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna jasa layanan hotel yang pernah menginap di hotel Arista Palembang. Berdasarkan data yang penulis dapatkan, jumlah pengguna jasa hotel Arista Palembang selama tahun 2011 sampai Juni 2012 berjumlah 42261 orang, dimana rata – rata setiap bulannya mencapai 3522 orang.

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

$$\text{Rumus } n = \frac{3522}{1 + 3522 (10\%)^2}$$

$$\begin{aligned} n &= 97,23 \\ n &= 97 \text{ responden (pembulatan)} \end{aligned}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (10%).

Yaitu data yang berbentuk angka-angka hasil perhitungan atau pengukuran yang dapat diproses dengan cara menjumlahkan, membandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase yang di inginkan. Adapun rumus yang digunakan yakni metode persentase Sudijono (2007 : 43), yaitu:

$$P = \frac{F}{n} \times 100 \%$$

Keterangan:

F = frekuensi yang sedang dicari persentasenya

n = jumlah frekuensi atau banyaknya individu

P = angka persentase

### Hasil dan Pembahasan

Pada analisis regresi berganda mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hotel Arista Palembang, maka yang menjadi variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan sedangkan yang menjadi variabel independennya (X) adalah dimensi – dimensi dari kualitas pelayanan antara lain adalah variabel berwujud (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Perhitungan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 15.00 memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Model Summary

d. Error of e Estimate
1,93467

Besarnya angka R *square* ( $r^2$ ) adalah 0,402. angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD).

Adapun cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

$$\text{Koefisien Determinasi} = 0,402 \times 100\%$$

$$\text{Koefisien Determinasi} = 40,2 \%$$

Angka tersebut mempunyai maksud bahwa pengaruh variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 40,2 %, sedangkan sisanya sebesar 59,8 % (100% - 40,2%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain, variabel kepuasan pelanggan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati adalah sebesar 40,27 %, sedangkan pengaruh sebesar 59,8 % disebabkan oleh variabel lain di luar model. Dari hasil uji regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel Arista Palembang mempengaruhi kepuasan pelanggan hotel Arista Palembang. Upaya untuk mengetahui apakah model regresi di atas sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan angka F sebagaimana tertera dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. Anova<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229,413	5	45,883	12,258	,000 <sup>a</sup>
	Residual	340,608	91	3,743		
	Total	570,021	96			

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

b. Dependent Variable: Y1

Hipotesis satu berbunyi sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati terhadap variabel kepuasan pelanggan

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati terhadap variabel kepuasan pelanggan

Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, dengan membandingkan besarnya angka  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Cara kedua ialah dengan membandingkan angka taraf signifikansi (sig) hasil penghitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). Menggunakan cara pertama atau membandingkan besarnya angka  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .  $F_{hitung}$  dari pengolahan SPSS diperoleh nilai sebesar 12.258. Selanjutnya menghitung  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan numerator: jumlah variabel - 1 atau 5-1 = 4; dan denominator: jumlah kasus - 4 atau 97 - 4 = 93. berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka  $F_{hitung}$  sebesar 12.258 >  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, model regresi diatas sudah layak dan benar. Menggunakan cara kedua atau membandingkan besarnya angka taraf signifikansi (sig) penelitian dengan taraf signifikansi sebesar 0,005. Jika sig penelitian < 0,05 maka Ho ditolak dan H1 diterima. Jika sig penelitian > 0,05 maka Ho diterima dan H1 ditolak. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Analisis ini dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, digunakan uji t, sedangkan untuk melihat besarnya pengaruh digunakan angka Beta atau *Standardized Coefficient* pada tabel berikut ini.

Tabel. 4. Koefisien Regresi

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,059	2,219		-,928	,356
	X1	,356	,079	,424	4,479	,000
	X2	-,009	,130	-,006	-,067	,947
	X3	-,089	,133	-,068	-,665	,508
	X4	,250	,120	,207	2,082	,040
	X5	,329	,122	,245	2,696	,008

a. Dependent Variable: Y1

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut:

Pertama : Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan pelanggan.

$H_1$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kedua : Menghitung besarnya angka  $t_{hitung}$

Hasil penghitungan SPSS diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar 4,479.

Ketiga: Menghitung besarnya angka  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan  $DK = n - 2$ , atau  $97 - 2 = 95$ . Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka  $t_{tabel}$  sebesar 1.699. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $4,479 > t_{tabel}$  sebesar 1.699 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,424 atau 42,4 %.

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel kehandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut:

Pertama : Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel kehandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

$H_1$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel kehandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kedua : Menghitung besarnya angka  $t_{hitung}$

Hasil penghitungan SPSS diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar -0,067

Ketiga : Menghitung besarnya angka  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan  $DK = n - 2$ , atau  $97 - 2 = 95$ . Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka  $t_{tabel}$  sebesar 1.699.

Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,067 < t_{tabel}$  sebesar 1.699 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel kehandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel kehandalan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,006 atau 0,06 %.

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel daya tanggap terhadap variabel kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut:

Pertama : Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap terhadap variabel kepuasan pelanggan.

$H_1$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kedua : Menghitung besarnya angka  $t_{hitung}$

Hasil penghitungan SPSS diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar -0,665.

Ketiga : Menghitung besarnya angka  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan  $DK = n - 2$ , atau  $97 - 2 = 95$ . Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka  $t_{tabel}$  sebesar 1.699. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,665 < t_{tabel}$  sebesar 1.699 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap terhadap variabel kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel daya tanggap terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar -0,068 atau -6,8 %.

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel jaminan terhadap variabel kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut :

Pertama : Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel jaminan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

$H_1$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel jaminan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kedua : Menghitung besarnya angka  $t_{hitung}$

Hasil penghitungan SPSS diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar 2,082.

Ketiga: Menghitung besarnya angka  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut : Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan  $DK = n - 2$ , atau  $97 - 2 = 95$ . Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka  $t_{tabel}$  sebesar 1.699. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $2,082 > t_{tabel}$  sebesar 1.699 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel jaminan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel jaminan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,207 atau 20,7 %.

Melihat apakah ada pengaruh antara variabel Empati terhadap variabel kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut:

Pertama: Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Empati terhadap variabel kepuasan pelanggan.

$H_1$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel Empati terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kedua: Menghitung besarnya angka  $t_{hitung}$

Hasil penghitungan SPSS diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar 2,696.

Ketiga : Menghitung besarnya angka  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan  $DK = n - 2$ , atau  $97 - 2 = 95$ . Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka  $t_{tabel}$  sebesar 1.699.

Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $2,696 > t_{tabel}$  sebesar 1.699 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel Empati terhadap variabel kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel Empati terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,245 atau 24,5 %.

Berdasarkan tabel *Coefficients* dapat dilihat bahwa dimensi Bukti Fisik mempunyai koefisien regresi yang paling besar sebesar 0,424 atau sebesar 42,4% dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang paling dominan di dibandingkan dengan dimensi lainnya. Pelanggan hotel Arista Palembang menunjukkan perhatian paling besar terhadap dimensi Bukti Fisik dalam

mengekspresikan atau mengungkapkan kepuasannya dimana dimensi Bukti Fisik ini meliputi Penampilan Exterior dan interior hotel Arista Palembang, Kebersihan dan kerapian lingkungan hotel Arista Palembang, Penampilan karyawan hotel yang energik, rapi dan bersih, Fasilitas fisik yang ada pada hotel Arista Palembang merupakan hal yang paling dominan dalam kepuasan pelanggan sehingga mereka mau menginap kembali di hotel Arista Palembang. Tidak dapat dipungkiri dibandingkan hotel yang ada, fasilitas interior kamar hotel Arista cenderung lebih bagus jika di lihat dari penggunaan furniture dan interior kamar yang menggunakan tata letak dan bahan flywood untuk lantai kamar, hal ini yang membedakan interior dan eksterior hotel Arista berbeda dengan hotel lain yang ada di kota Palembang. Semua item tersebut mendapatkan perhatian yang lebih dari pelanggan untuk mengungkapkan atau mengekspresikan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang di terima selama ini.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis penelitian yang dilakukan pada maka diperoleh hasil sebagai berikut : Dimensi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik/*tangible* ( $X_1$ ), Keandalan/*reliability* ( $X_2$ ), Daya tanggap/*responsiveness* ( $X_3$ ), Jaminan/*assurance* ( $X_4$ ), dan Empati/*empathy* ( $X_5$ ), secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Arista Palembang. Dimensi Bukti Fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Arista Palembang dengan tingkat signifikan lebih kecil dari pada 0,05 yaitu 0,000. Dimensi Keandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Arista Palembang karena memiliki tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,947. Dimensi Daya Tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Arista Palembang karena memiliki tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,508. Dimensi Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Arista Palembang dengan tingkat signifikan lebih kecil dari pada 0,05 yaitu 0,040. Dimensi Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Arista Palembang dengan tingkat signifikan lebih kecil dari pada 0,05 yaitu 0,008. Dimensi kualitas jasa yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel Arista Palembang adalah dimensi bukti fisik/*tangible* hal ini dikarenakan nilai signifikan dari variabel bukti fisik/*tangible* yaitu 0,000 lebih kecil dibandingkan nilai signifikan pada variabel parsial lainnya yaitu Jaminan/*assurance* dan Empati/*empathy* dengan nilai 0,040 dan 0,008.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut : Pihak Pengelola hotel Arista Palembang harus mempertahankan serta meningkatkan dimensi kualitas pelayanan yang dinilai baik oleh pelanggan, seperti dimensi bukti fisik berkaitan dengan Penampilan exterior dan interior hotel Arista Palembang, Kebersihan dan kerapian lingkungan hotel Arista Palembang, Penampilan karyawan hotel yang energik, rapi dan bersih, Fasilitas fisik yang ada pada hotel Arista Palembang. Dimensi Jaminan seperti Perilaku para karyawan hotel dapat dipercaya, Keamanan yang diberikan pihak hotel, Tata krama dan sikap sopan yang diperlihatkan karyawan hotel, Keterampilan dan profesionalisme karyawan hotel dalam melayani. Dimensi Empati seperti Perhatian karyawan hotel dalam menangani keinginan, Ketersediaan karyawan hotel dalam memahami, Sikap karyawan hotel yang simpati dan bersahabat, Permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik. Pihak Pengelola hotel Arista Palembang harus memperbaiki dan meningkatkan dimensi kualitas jasa yang dinilai oleh pelanggan masih kurang baik, seperti dimensi keandalan dan dimensi daya tanggap sehingga kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

## Daftar Pustaka

- Kotler, Philip. 1997. *Dasar – dasar pemasaran*. Alih bahasa Drs. Alexander Sindoro, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Alih bahasa Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. Edisi Milenium. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Hendra Teguh, Ronny A.Rusli dan Benyamin Molan, Jakarta : Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakrta : Salemba Empat.
- Tim Penyusun Buku Pedoman penulisan Skripsi. 2008. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Unsri*. Palembang : Universitas Sriwijaya.
- Tjiptono, Fandy, dkk. 2004. *Marketing Scale*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Managenent : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi.
- Transtrianingzah, Fia. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*. Skripsi. Surakarta : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Surakarta.
- Rangkuti, Fredy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakrta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Fredy. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setyawan, Denny. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada peserta komersial Asuransi Kesehatan di PT. Asusransi Kesehatan Indonesia Kantor Cabang Malang)*. Jurnal. Malang : Universitas Brawijaya.
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek : Tujuh Langkah membangun merek yang kuat*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2002. *Asas – asas marketing*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisis Peilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Yusi, Syahirman. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Citra Books. Indonesia.