

# PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA EVITEL HOTEL DI KOTA BATAM

Dessy<sup>1</sup> Winda Evyanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb160910318@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*The development of tourism in the city of Batam has increased very rapidly. There is more competition in service companies so that certain strategies are needed to survive in the market. Companies must maximize customer satisfaction in order to maintain the survival of the company. In achieving customer satisfaction, the company must pay attention to two variables, that is facilities and service quality. In this reserch to determine and analyze the effect of facilities and service quality on customer satisfaction at Eritel Hotel Batam. Because the facilites provided always not in accordance with customer satisfication, it makes customers think twice about visiting to stay again. In service quality, the lack of provided such as unfriendly staff aand lack of communicative between customers and the customer service. In this reserch has a population of 14.580 customers. The sample used was a convenience sampling technique, in calculating the number of samples using the slovin formula with a sample of 100 Data collection technique in this study using a questionnaire. In this data processing method in this study uses SPSS 21. Based on the test result, the facilities and quality of service simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction; Facilities; Service Quality.*

## PENDAHULUAN

Di dalam usaha zaman sekarang terdapat pesaing yang terpendang sangat ketat dan akan berganti secara terus menerus dengan mengikuti perubahan teknologi. Dengan adanya teknologi yang canggih sekarang ini akan memudahkan pelanggan untuk mencari berita yang sulit dicari tentang produk dan jasa yang ada di pasaran. Penjual atau produsen juga harus dapat mencukupi kebutuhan dan kemauan pelanggannya dalam segi fasilitas dengan upaya memberikan pelayanan yang baik secara maksimal. Pada dasarnya rasa puas yang terdapat pada pelanggan akan membuat loyalitas dari pelanggan dapat terjaga.

Setiap perusahaan diharapkan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dalam hal memberikan kualitas jasa dan produk untuk dapat memberikan kepuasan

pelanggan secara maksimal. Kepuasan pelanggan dinyatakan jika kelengkapan perilaku yang ditunjukkan pelanggan atas jasa dan barang setelah pelanggan memakainya menurut (Erpurin, 2019: 183) Tingkat kepuasan dari pelanggan dapat diukur dari seberapa banyak harapan pelanggan terhadap kinerja jasa dan barang dalam mencukupi kebutuhan pelanggan. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang saat mendapatkan hasil jasa dan barang yang sesuai dengan ekspektasinya dan akan menyebabkan pelanggan merasa tidak puas jika mendapatkan barang yang tidak sama dengan ekspektasinya dan mengakibatkan pelanggan cenderung tidak memakai lagi jasa dan produk dan jasa tersebut.

Menurut (Erpurin, 2019: 183) kepuasan pelanggan merupakan perasaan kekecewaan dan kepuasan yang timbul oleh seseorang sesudah

melakukan pertimbangan hasil yang dibandingkan dengan hasil yang dimaksud.

Fasilitas merupakan bagian yang perlu untuk diperhatikan dalam bidang usaha jasa karena berkaitan dengan apa yang dirasakan pelanggan. Pelanggan menilai dari hal yang telah pelanggan terima setelah pelanggan menerima jasa yang ditawarkan. Pelanggan cenderung melihat fakta-fakta yang ada sebagai bukti dari kualitas jasa yang ditawarkan. Fasilitas berkaitan erat dalam pembentukan persepsi pelanggan dengan perusahaan diharapkan dapat mempertahankan eksistensinya dan bisa mengalahkan pesaingnya. Pelanggan akan merasa tertarik dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan bila perusahaan tersebut mempunyai fasilitas yang baik dari pesaing lainnya. Menurut (Meftahudin, 2018: 283) bertambah sempurnanya fasilitas yang tersedia di suatu perusahaan, akan membuat pelanggan lebih berminat dan langsung memutuskan perusahaan itu untuk menjadi pilihan utama berdasar pada persepsinya mengenai fasilitas yang disediakan.

Tidak hanya dalam segi fasilitas yang penting, namun pelayanan yang berkualitas juga penting dan harus diperhatikan dalam usaha. Kualitas pelayanan jasa dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa juga memiliki ikatan yang kuat dengan perusahaan. Masalah pelayanan sesungguhnya bukan perkara yang susah, namun jika tidak diperhatikan maka dapat menyebabkan situasi menjadi terancam dikarenakan sifatnya yang sangat rentan. Struktur pelayanan yang harus didukung oleh kualitas dan fasilitas yang memadai menurut (Wasiman, 2017: 122).

Usaha perhotelan yaitu perusahaan jasa yang memadukan

antara layanan dan produk. Makanan, minuman, struktur bangunan dan interior serta eksterior kamar hotel beserta seluruh fasilitas merupakan contoh produk yang dijual. Terkait dengan hal tersebut, salah satu perusahaan yang ada di bidang perhotelan ialah Evitel Hotel. Evitel hotel beroperasi sejak tahun 2017, Evitel Hotel merupakan hotel yang berbintang tiga yang berlokasi di Jl. Tengku Umar. Salah satu visi dari Evitel Hotel ialah menjadikan hotel yang memiliki kualitas yang unggul dan berkelas dalam pelayanan yang profesional dan lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan dan misi dari Evitel hotel yaitu menyediakan keperluan yang diminati oleh pelanggan dan memenuhi permintaan pelanggannya.

Selain harus mampu bersaing dengan perusahaan lain, setiap perusahaan juga harus berusaha untuk memberikan rasa puas untuk pelanggannya dengan maksimal. Jika pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang diharapkannya pelanggan bisa saja melakukan komplain atau keluhan. Terdapat komplain secara langsung dari pelanggan di resepsionis di saat *check out* bukan hanya komplain secara langsung yang diterima, namun perusahaan juga mendapatkan beberapa komplain melalui situs website *travel* seperti *booking*, *traveloka* dan *agoda*.

Dalam hasil observasi, peneliti melihat bahwa kepuasan pelanggan pada Evitel Hotel tergolong rendah, dan tingkat keluhan pelanggan terhadap hotel yang sekarang ini masih tinggi. Pelanggan memberikan keluhan atas kurangnya pelayanan terhadap pelanggan dan keluhan atas fasilitas yang kurang baik.

Berikut data yang akan di dapatkan dari perusahaan mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan seperti berikut:

**Tabel 1.** Tingkat kepuasan pelanggan Evitel Hotel Batam Tahun 2019

Bulan	Jumlah Konsumen	Tingkat Kepuasan					
		Puas	%	Cukup	%	Kurang Puas	%
Januari	368	168	45.78	56	15.26	143	38.96
Februari	380	189	49.87	58	15.30	132	34.83
Maret	271	128	47.58	47	17.47	94	34.94
April	287	139	48.43	45	15.68	103	35.89
Mei	308	143	46.58	53	17.26	111	36.16
Juni	387	179	46.75	61	15.76	147	37.98
Juli	342	156	45.75	52	15.25	133	39.00
Agustus	257	117	45.70	38	14.84	101	39.45
September	280	124	44.44	43	15.41	112	40.14
Oktober	319	139	43.57	48	15.05	132	41.38
November	344	147	42.86	45	13.12	151	44.02
Desember	490	204	41.72	56	11.45	229	46.93
Total				4033			
Rata-rata				336,08			

(Sumber: Evitel Hotel Batam, 2020)

Terlihat bahwa pada tabel 1.1, rata-rata pelanggan tiap bulannya ialah 336 pelanggan. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapat dikatakan tergolong rendah, dikarenakan tingkat presentase dalam kolom kurang puas tergolong tinggi. Dimulai pada bulan febuari 2019 yang terjadi penurunan presentase pada tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat ketidakpuasan pelanggan meningkat dari bulan febuari sampai ke bulan seterusnya. Keluhan pertama, AC di dalam kamar tidak berfungsi dengan baik. Keluhan kedua, yang ditemukan adanya kutu kasur dan beberapa adanya kecoak kecil di kamar hotel. keluhan ketiga, seperti lampu redup atau kurangnya pencahayaan di kamar hotel sehingga pelanggan merasa tidak nyaman. Keluhan keempat, mengeluh terdapat adanya noda kuning di sprej sehingga kelihatan tidak bersih. Keluhan kelima, air pada *shower* kamar mandi tidak berfungsi dengan baik seperti tidak mengeluarkan air panas. Hal ini berdampak pada kepuasan pelanggan

dan mempengaruhi jumlah pengunjung hotel. Jika tidak diperbaiki dan semakin banyak pelanggan yang komplain dan membicarakannya ke orang lain akan dapat mempengaruhi calon pelanggan hotel berpikir dua kali untuk memesan kamar di Evitel Hotel.

Selain di fasilitas, kualitas pelayanan juga mendapatkan keluhan *negative* dari pelanggan yang telah berkunjung di Evitel Hotel. Keluhan mengenai pelayanan seperti pelanggan harus mengulang permintaan beberapa kali dan mengeluh bahwa karyawan menghiraukan permintaan yang telah disampaikan. Kemudian terdapat seperti kamar hotel yang belum siap dibersihkan di saat yang seharusnya kamar tersebut harus dibersihkan sebelum pelanggan *check in* ke kamar tersebut yang membuat pelanggan menunggu untuk beberapa saat. Kemudian terdapat beberapa keluhan bahwa resepsionis tidak cepat tanggap saat pelanggan menelepon yang seharusnya ditanggapi dengan cepat dan sopan.

**Tabel 2.** Okupansi Hotel tahun 2017-2019

Tahun	2017	2018	2019
Januari	1547	1331	1216
Februari	1251	1316	1188
Maret	1161	1094	1066
April	1018	1161	1075
Mei	1215	1109	1130
Juni	1376	1214	1224
Juli	1523	1416	1371
Agustus	1422	1364	1293
September	1384	1317	1214
Oktober	1299	1381	1235
November	1392	1286	1247
Desember	1560	1444	1321
Total	16148	15432	14580

(Sumber : Evitel Hotel Batam, 2019)

Berdasar pada kasus diatas, terdapat adanya fluktuasi jumlah pelanggan yang berkunjung di Evitel Hotel. Dalam periode tahun 2017-2019 total keseluruhan penghuni hotel tidak meningkat, pada tahun 2017 dapat dilihat jumlah okupansi sejumlah 16148, di tahun selanjutnya 2018 okupansinya sejumlah 15432 dan di tahun 2019 terlihat juga bahwa okupansi hotel sejumlah 14580. Dari tabel yang kita lihat bahwa hunian 2017 lebih banyak dan tahun kedepannya mengalami penurunan. Berdasar pada penjelasan di tabel tersebut menyatakan penulis berminat untuk mengadakan penelitian yang berjudul "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Evitel Hotel di Kota Batam."

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Fasilitas

Fasilitas memiliki elemen tersendiri dari negosiasi yang ditingkatkan atau dikurangi tanpa merubah kualitas dan jasa. Semakin banyak fasilitas yang di tawarkan dan fasilitas yang ditawarkan tersebut dibutuhkan pelanggan, maka bisa dapat menjadi adanya faktor timbulnya rasa kepuasan pelanggan (Akbarzky & Santoso, 2019: 271). Fasilitas ialah bagian yang menjadikan pelanggan merasa nyaman, karena terdapat fasilitas yang kompleks di area penginapan tersebut membuat para tamu merasa puas ketika mengunjungi tempat penginapan tersebut sebab fasilitasnya yang kompleks (Santoso & Nadapdap, 2019: 140). Fasilitas ialah

menyediakan perlengkapan-perengkapan fisik untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan berbagai kegiatan sehingga keperluan pelanggan terpenuhi selama menempati hotel (Annishia & Prastiyo, 2019: 22). Fasilitas ialah tempat yang bermanfaat di saat memfasilitasi kelancaran yang dilakukan perhotelan. Semakin sempurna fasilitas yang ada didalam hotel tersebut maka pelanggan akan merasa lebih puas (Gunartik & Nainggolan, 2019: 31) Indikator fasilitas di perusahaan hotel berbentuk (Annishia & Prastiyo, 2019: 23):

1. Tempat tidur yang lengkap.
2. Restoran beserta pendukungnya.
3. Fasilitas olahraga dan hiburan di hotel.
4. Ruang untuk acara tertentu (*Ballroom*).
5. Tempat parkir kendaraan untuk pengunjung.

### 2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan harus memberikan pelayanan yang sempurna untuk memenuhi harapan dan kebutuhannya pelanggan, dengan berbagai definisi yang dapat dikatakan kualitas pelayanan ialah kinerja yang diberikan kepada pelanggan untuk dipenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Nurchahyo, Fitriyani, & Hudda, 2017: 24). Kualitas pelayanan ialah suatu keseharusan keperluan yang menyertakan dengan kehendak pelanggan beserta keakuratan upaya penyampaian supaya tercapainya

harapan dan kepuasan pelanggan tersebut (Kasum & Sularto, 2017). Kualitas pelayanan ialah bentuk dalam memenuhi keinginan pelanggan dan penyampaian dalam keseimbangan keinginan pelanggan (Hendrianto, Natalisa, & Eka, 2018: 177). Kualitas pelayanan merupakan proses pengimplementasian strategi untuk mewujudkan visi dengan bertahap dan secara terstruktur yang menghubungkan seluruh manajer dan pekerja (Yunaida, 2018: 63). Guna mengevaluasi kualitas pelayanan ada lima indikator yang dipakai oleh pelanggan (Prianggoro & Sitio, 2019: 53):

1. Jaminan
2. Keandalan
3. Daya tanggap
4. Bukti langsung
5. Empati

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Saat menyampaikan kepuasan kepada pelanggan maka disarankan mempertimbangkan sebelumnya kemauan dan kebutuhan pelanggan di saat sekarang dan seterusnya (Mardizal, Utami & Amaluis 2017: 128). Kepuasan pelanggan saat ini ialah suatu konsep yang sangat penting bagi pangsa pasar (Hammoud, Bizri, & El Baba, 2018: 2). Kepuasan pelanggan yaitu perpaduan antara layanan dan oleh pelanggan dengan berharap bahwa layanan atau hasil yang diterima benar atas keinginan yang diharapkan pelanggan (Nurcahyo, Fitriyani & Hudda, 2017: 24). Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu emosi yang timbul untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan (Oktarini, 2019: 250). Indikator kepuasan pelanggan ada 4, yakni:

1. Lebih memperhatikan pelanggan yang mempunyai keluhan.
2. Cepat saat mengerjakan pekerjaan supaya pelanggan tidak menunggu lama.
3. Harus mampu dalam mendiagnosis hal yang ingin dilakukan dan cepat dalam menyelesaikannya.
4. Penyediaan pelayanan yang baik.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Uraian penelitian terdahulu yang relevan dengan judul yakni:

1. (Gofur, 2019) yakni pengaruh kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan pelanggan. Hasilnya kualitas pelayanan dan harga berdampak positif pada kepuasan pelanggan.
2. (Saputra & Ahmadun, 2018) yakni pengaruh promosi dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan PT. Bigly Multi Buana. Hasilnya promosi dan kualitas pelayanan secara bersama berdampak penting pada kepuasan pelanggan.
3. (Anisa & Rushadiyati, 2018) yakni pengaruh kualitas pelayanan dan saluran distribusi pada agen Sancu Creative Indonesia. Hasilnya kualitas pelayanan dan saluran distribusi berdampak pada kepuasan pelanggan.
4. (Lahuri, Sumarsono & Chamidah, 2019) yakni pengaruh kualitas pelayanan, exterior dan interior pada kepuasan konsumen Cafe Jiero Wedangan. Hasilnya secara parsial kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen.
5. (Uran & Sugiarto, 2017) yakni pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen CV. Muslim Parabola Cileungsi Bogor. Hasilnya bertambah tinggi angka kualitas pelayanan dan pemastian nilai jual sinkron dengan pasar maka akan mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi.
6. (Nainggolan, 2018) yakni pengaruh kepuasan, kepercayaan dan kemudahan pada loyalitas pelanggan PT. Great Season Tours and Travel kota batam. Hasilnya kepuasan, kepercayaan dan pengurangan pilihan, serta kebiasaan mempengaruhi loyalitas pelanggan.
7. (Nurcahyo, Fitriani & Hudda, 2017) yakni *The influence of facility and service quality towards customers satisfacation and its impact on customer loyalty in Borobudur Hotel In Jakarta*. Hasilnya fasilitas dan

kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

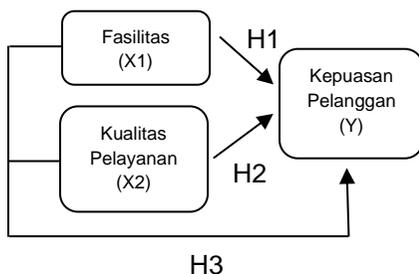
## 2.5 Hipotesis

Adapun rumusan hipotesis penelitian ini ialah:

H1: Diduga fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan pada Eritel Hotel di Kota Batam.

H2: Diduga kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada Eritel Hotel di Kota Batam.

H3: Diduga fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan pada Eritel Hotel di Kota Batam.



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran  
(Sumber: Peneliti, 2020)

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Siasat yang disiapkan peneliti guna memperoleh data, lalu dipergunakan guna meneliti hipotesis (Mumtaz, 2017: 26). Desain penelitian juga dapat disebut rancangan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan secara *causal komperatif* yang mana penelitian dengan kekhususan masalah berkenaan terikat guna memahami Eritel Hotel meneliti bagaimana fasilitas, dan kualitas pelayanan, memengaruhi kepuasan pelanggan.

### 3.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Segolongan orang yang berciri menyerupai di suatu wilayah dan waktu tertentu disebut populasi. Populasi penelitian ini ialah Pelanggan Eritel Hotel.

#### 3.2.2 Sampel

Sektor dari ukuran dan karakteristik populasi dapat disebut sampel. Karena anggota populasi (kelompok yang tidak diketahui) maka guna mencukupi keakuratan hasil kompilasi indeks. Diperoleh jumlah *sample* 99,32 lalu dibulatkan menjadi 100 pelanggan Eritel Hotel.

### 3.3 Metode Analisis Data

Teknik yang dipakai ialah analisa kuantitatif, dimana ditemukannya variabel *bebas* memengaruhi variabel terikat. Sesudah menghimpun data dari responden, dilaksanakanlah analisis data. Sesudah memperoleh data bersumber sampel representatif dari populasi, prosedur selanjutnya yakni menganalisisnya guna meneliti hipotesis penelitian.

#### 3.3.1 Uji Kualitas Data

Kemudian memakai uji validitas serta reliabilitas guna menganalisa data yang didapat. Penelitian ini memakai kuesioner sebagai sarana penelitian. Jadi mengharuskan dilaksanakan uji validitas dan reliabilitas bersumber kuesioner yang dipakai.

#### 3.3.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian tersebut tertera beberapa uji yakni normalitas, heteroskedastisitas, serta multikolinearitas. Sebagian arti utama dari setiap uji dijabarkan di bawah ini.

#### 3.3.3 Uji Pengaruh

Uji ini memakai analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji T, uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini, relevan kata yang terhimpun dari kuesioner, peneliti menjalani pengujian komprehensif terhadap kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Tes ini dirancang guna menilik instrumen yang digunakan efektif dan reliabel atau tidak sebab kevalidan data yang diolah menentukan kualitas dari penelitian.

#### 4.1 Hasil Uji Validitas

Guna uji validitas yakni mengukur valid atau tidak keberadaan sebuah angket. Lazimnya uji signifikansi koefisien korelasi sebesar 0,05. Yang mana berarti jika sebuah item berkorelasi

yang signifikansi dengan skor item maka item tersebut diakui memiliki tingkat validitas. Hasilnya tersaji yakni tiap butir pernyataan bernilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1654), disimpulkan tiap item pernyataan dianggap valid.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Fasilitas

Item	r hitung	rtabel	Keterangan
X1.1	,824	,1654	Valid
X1.2	,783	,1654	Valid
X1.3	,769	,1654	Valid
X1.4	,825	,1654	Valid
X1.5	,763	,1654	Valid

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	r hitung	rtabel	Keterangan
X2.1	,805	,1654	Valid
X2.2	,856	,1654	Valid
X2.3	,841	,1654	Valid
X2.4	,869	,1654	Valid
X2.5	,801	,1654	Valid

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Item	r hitung	rtabel	Keterangan
Y.1	,813	,1654	Valid
Y.2	,912	,1654	Valid
Y.3	,869	,1654	Valid
Y.4	,900	,1654	Valid

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

#### 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.** Reliability Statistics

Variabel	CA	N of Items	Ket
X1	,849	5	Reliabel
X2	,891	5	Reliabel
Y	,894	4	Reliabel

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

Berdasarkan Hasil dari Tabel 4 memaparkan fasilitas, dan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan memiliki cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Disimpulkan seluruh item yang ditelaah dinyatakan reliabel. Oleh sebab itu, variabel tersebut dapat diandalkan untuk diterapkan oleh pengujian selanjutnya.

#### 4.3 Hasil Uji Normalitas

Terlihat dari Tabel 5, perolehan Kolmogorov – Smirnov merupakan Asymp. Sig. (2 – tailed) ialah 0,975. Disimpulkan dari data dibawah dikatakan data normal karena  $0,975 > 0,05$ .

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

		Ustd. Res
N		100
Normal Parameter	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,39707099
Most Extreme Difference	Absolute	,048
	Positive	,042
	Negative	-,048
K-S Z		,480
Asymp. Sig. (2-tailed)		,975

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

#### 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Menurut tabel 6 dibawah, digarap simpulan bahwa model ini tidak mengalami gejala multikolinearitas antara variabel-variabel independen dikarenakan besaran perolehan VIF per variabel < 10, serta besaran perolehan *tolerances* > 0,10. Mengacu pada data

tersaji, diketahui fasilitas VIF 1,635 < 10 serta *tolerance*-nya 0,612 > 0,10. Sedangkan kualitas pelayanan VIF 1,635 < 10 serta *torerance*-nya 0,612 > 0,10. Disimpulkan tak ditemui multikolinearitas.

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Ustd. Coefficients		Std. Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,807	1,374		2,770	,007		
Fasilitas	,378	,085	,406	4,447	,000	,612	1,635
Kualitas Pelayanan	,296	,071	,383	4,196	,000	,612	1,635

(Sumber: Ouput SPSS 21, 2020)

#### 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Mengacu pada data tersaji, fasilitas bernilai sig. ,335 > ,05. Sedangkan kualitas pelayanan bernilai sig.,191 >,05. Disimpulkan model regresinya tak

ditemui heteroskedastisitas. Karenanya, simpulannya ialah tak ditemui heteroskedastisitas di semua variabel pada kajian ini.

**Tabel 7.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Ustd. Coeff		Std. Coeff B	t	Sig.
	B	Std. Err			
1 (Konstanta)	3,921	,816		4,804	,000
Fasilitas	-,049	,050	-,121	-,968	,335
Kualitas Pelayanan	-,055	,042	-,165	-1,316	,191

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

#### 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujiannya dilakukan dengan mempergunakan pengjian regresi linear berganda antara variabel bebas dam

terikatnya, dibawah ialah output pengujiannya:

**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Ust. Coeff		Std. Coeff	t	Sig.
	B	Std. Error	B		
1 (Konstanta)	3,807	1,374		2,770	,007
Fasilitas	,378	,085	,406	4,447	,000
Kualitas Pelayanan	,296	,071	,383	4,196	,000

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

Berpedoman Tabel 8 di atas, ditemukan persamaannya yakni:

1. Konstantanya bernilai 3,807. Artinya variabel bebasnya dianggap 0 maka nantinya variabel terikatnya bernilai 3,807.
2. Fasilitas koefisien regresinya bernilai 0,378, berarti bilamana variabel bebas lainnya bernilai konstan atau tak berubah, nantinya tiap 1% variabe ini menambah kepuasan pelanggan yang besarnya 0,378. Koefisien fasilitas dinyatakan positif, simpulannya fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan koefisien regresinya bernilai 0,296, berarti

bilamana variabe bebas lainnya bernilai konstan atau tak berubah, nantinya tiap 1% variabe ini menambah kepuasan pelanggan besarnya 0,378. Koefisien pelayanan dinyatakan positif, simpulannya kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan.

#### 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Mengacu pada data tersaji dibawah, dilihatkan R<sup>2</sup> bernilai 0,505 (50,5%). Yang mana melampirkan adanya pengaruh *independent variable* pada *dependent variabelnya* sebesar 50,5%. Sisanya 49,5% ialah variabel lain yang tak dilibatkan dalam kajian ini.

**Tabel 9.** Hasil Analisis Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R <sup>2</sup>	Adj. R <sup>2</sup>	Std. Err. of Est.
1	,711 <sup>a</sup>	,505	,495	2,474

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

#### 4.8 Hasil Uji Parsial (T)

**Tabel 10.** Hasil Uji-t

Model	Ustd. Coeff		Std. Coeff	t	Sig.
	B	Std. Error	B		
1 (Konstanta)	3,807	1,374		2,770	,007
Fasilitas	,378	,085	,406	4,447	,000
Kualitas Pelayanan	,296	,071	,383	4,196	,000

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

Mengacu pada data tersaji, pengkaji menyimpulkan :

1. Fasilitas sig-nya bernilai 0,000 < 0,05 dan t-hitungnya 4,447 > 1,66071. Artinya fasilitas memengaruhi keputusan pelanggan Evitel Hotel yang mana penerimaan hipotesa yang ditetapkan.
2. Kualitas pelayanan sig-nya bernilai 0,000 < 0,05 dan t-hitungnya 4,196 < 1,66071. Artinya kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pelanggan

Evitel Hotel yang mana penerimaan hipotesa yang ditetapkan.

#### 4.9 Hasil Uji F

Mengacu pada data tersaji dibawah, simpulannya sig-nya bernilai 0,000 < 0,05 dan f-hitungnya > f-tabelnya atau 49,563 > 3,09. Artinya adanya dampak dari fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Evitel Hotel diterima.

**Tabel 11.** Hasil Uji-F

Model	SoS	df	MSq	F	Sig.
1 Regression	606,525	2	303,262	49,563	.000 <sup>b</sup>
Residual	593,515	97	6,119		
Total	1200,040	99			

(Sumber: Output SPSS 21, 2020)

#### 4.10 Pembahasan

##### 4.10.1 Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Mengacu pada *t-test*, sig-nya bernilai  $0,000 < 0,05$ . T-hitungnya  $4,447 > 1,66071$ . Artinya adanya dampak dari fasilitas pada kepuasan pelanggan Evitel Hotel. Relevan penelitian (Akbarezky & Santoso, 2019) bahwa fasilitas secara siltultan maupun parsial memengaruhi kepuasan konsumen mie setan malang.

##### 4.10.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Mengacu pada *t-test*, sig-nya bernilai  $0,000 < 0,05$ . T-hitungnya bernilai  $4,196 > 1,66071$ . Artinya adanya dampak dari kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Evitel Hotel. Relevan penelitian (Saputra & Ahmadun, 2018) bahwa kualitas pelayanan bersamaan memengaruhi *significant* pada kepuasan pelanggan di PT Bigly Multi Buana.

##### 4.10.3 Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Mengacu pada *f-test*, hasil f-hitungnya  $49,563 > 3,09$  dan Sig-nya  $0,000 < 0,05$ . Artinya fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan memengaruhi kepuasan pelanggan pada Evitel Hotel. Relevan penelitian (Nurchayo, Fitriyani & Hudda, 2017) bahwa adanya pengaruh dari fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan pada Borobudur Hotel In Jakarta secara *significant*.

#### SIMPULAN

Didapati kesimpulan bahwa:

1. Fasilitas berpengaruh *significant* pada kepuasan pelanggan di Evitel Hotel.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh *significant* pada kepuasan pelanggan di Evitel Hotel.

3. Fasilitas dan kualitas pelayanan sama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan di Evitel Hotel.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19–28.
- Erpurin, W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Él Royale Bandung. *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), 181.
- Gunartik, G., & Nainggolan, N. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan (Di Politeknik Negeri Batam). *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 29.
- Nainggolan, N. P. (2018). *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT.Great Season Tours And Travel Di Kota Batam*. 6(1), 49–62.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Wasiman. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Property Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 122.
- Widodo. (2017). *Metodi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada.