

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITASTERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ASTON HOTEL DI KOTA BATAM

Ade Tami Anggraini<sup>1</sup>, Hikmah<sup>2</sup>

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

Email: pb180910390@upbatam.ac.id

## ABSTRACT

*One of the most important factors to consider when the competition is getting tougher is the quality of services and facilities. Competitive hotels offer various facilities that attract customers' attention and provide quality services to increase guest satisfaction and comfort. In addition to the inadequate quality of service and facilities, customers move to different hotels. The purpose of this research is to use accidental sampling technique to analyze how the quality of service and equipment affects customer satisfaction at Aston Hotel Batam City. That is, data were collected from 192 respondents who were distributed in the form of a questionnaire. In this study, testing data quality using reliability and validity tests, classical assumption tests, and classical hypothesis testing. Multiple linear regression analysis and coefficient of determination (R<sup>2</sup>) were used in this study. Then the research hypothesis was tested by F-test and t-test with SSPS version 25. The results obtained by the decision coefficient (R<sup>2</sup>) is the difference between service quality and installation effectiveness for customer satisfaction 57.1%. From the F test and T test it can be concluded that the quality of service and facilities has a positive correlation on customer satisfaction.*

**Keyword:** Customer satisfaction; Facilities; Service Quality.

---

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bisnis di bidang perhotelan harus bisa memenuhi dari keinginan dari penggunaanya terutama dalam hal kualitas dan pelayan. Kualitas layanan juga harus memberikan manfaat, yaitu adanya hubungan yang harmonis antara produsen dengan konsumennya, serta memberikan dasar yang baik juga agar terbentuknya sebuah loyalitas konsumen serta kualitas layanan yang baik juga, secara tidak langsung kepuasan konsumen tersebut akan didapat. Saat konsumen puas mereka akan datang kembali bahkan akan mengajak orang lain (Basir, 2018).

Sebuah perusahaan perhotelan perlu memberikan yang terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengidentifikasi beberapa elemen layanan utama untuk pasar sasaran dan untuk mengukur penilaian pasar sasaran

yang ada berdasarkan unsur-unsur terhadap perusahaan dan pesaing.

Perusahaan perhotelan memerlukan upaya yang cukup ekstra untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Upaya tersebut perlu diidentifikasi unsur utama dari kualitas jasa dengan cara penilaian dari pihak konsumen. Cara penilaian ini dilakukan dengan penelitian yang berisikan identifikasi unsur-unsur mengenai jasa yang diberikan perusahaan perhotelan bagi konsumen dan perkiraan penilaian seperti apa yang diberikan pada target pasar dengan beberapa perusahaan dan pesaing berdasarkan unsur tersebut.

Cara mengidentifikasi unsur-unsur kualitas jasa maka perusahaan dibidang jasa perlu memberikan beberapa informasi kepada para tamu atau pengujung mengenai standar yang ada. Standar tersebut seperti fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan perhotelan. Departemen Pariwisata, Pos, dan

Telekomunikasi serta melalui Direktorat Jendral Pariwisata mengeluarkan regulasi usaha dan penggolongan hotel. Hotel dapat digolongkan mulai dari

bintang 1 sampai bintang 5 (Alma, 2018: 293).

**Tabel 1.** Jumlah kunjungan wisma ke Kota Batam Januari 2020 – Juli 2021

No.	Kebangsaan	Tahun	
		2019	2020
1.	Singapura	1055758	149138
2.	Malaysia	219394	34956
3.	India	78716	11682
4.	Tiongkok	73891	7024
5.	Filipina	48560	6021
6.	Korea Selatan	30097	2795
7.	Jepang	19937	3358
8.	Inggris	16504	3770
9.	Amerika	15297	2373
10.	Australia	0	2484
11.	Lainnya	376428	83176
12.	Wisatawan Mancanegara	1947943	306777

(Sumber: BPS Batam, 2020)

Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Batam, akomodasi tahun 2021 di Kota Batam dibanding 2020 sebesar 252 hotel dengan akomodasi sebesar 224,94 dengan beberapa Tingkat Penghuni Kamar (TKP) hotel yang berbintang pada Provinsi Kepulauan Riau pada bulan Januari 2020 rata-rata 19,10 persen atau turun 3,93 poin dibandingkan pada bulan Juli 2021 yang tercatat di BPS sebesar 23,03 persen.

Setiap perusahaan diharapkan dapat bersaing dan memiliki cara untuk memperluas target pasar. Setiap perusahaan diharapkan adanya perluasan pasar untuk mendapatkan hasil yang maksimal untuk dapat meningkatkan penjualan. Produsen akan mendapatkan penilaian kepuasan dari konsumen. Oleh karena itu kepuasan pelanggan dinyatakan jika kelengkapan perilaku yang ditunjukkan pelanggan atas jasa dan barang setelah pelanggan dapatkan (Basir, 2018).

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara

simulian terhadap kepuasan konsumen Hotel Aston Kota Batam.

## KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sebuah hasil yang di buat oleh konsumen kemudian diberikan kepada perusahaan setelah membandingkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan harapan yang dibuat olehnya (Lovelock, Wirtz, & Mussry 2020). Hasil kepuasan yang diberikan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan akan menentukan saran layanan yang disampaikan konsumen apakah telah memenuhi harapan konsumen tersebut (Pasharibu *et al.*, 2018). Menurut Basir *et al.* (2019) Beberapa manfaat dari kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu:

1. Terdapat keunggulan kompetitif.
2. Memenuhi kepuasan konsumen
3. Membentuk loyalitas pelanggan.
4. Berkontribusi terhadap citra dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

### 2.2. Fasilitas

Fasilitas merupakan semua hal yang di sediakan oleh perusahaan secara sengaja hal tersebut dilakukan agar

dapat digunakan oleh konsumen yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kepuasan yang maksimal (Suwandi *et al.* 2018). Fasilitas adalah suatu bentuk alat yang memiliki sifat fisik secara sengaja disediakan oleh pihak produsen untuk memenuhi kenyamanan yang diperlukan konsumen. Fasilitas juga merupakan sarana yang memiliki kegunaan untuk melaksanakan fungsi agar mempermudah konsumen melakukan kegiatannya (Moha dan Loindong, 2018). Menurut Salim *et al.* (2018), dalam penelitiannya mengatakan bahwa terdapat sepuluh dimensi dari pelayanan dimana terdiri dari pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan, yaitu:

1. Keandalan, meliputi konsistensi etos kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Perusahaan akan melayani konsumen secara konsisten dan memenuhi janji pelayanan yang telah diberikan sejak awal.
2. Daya tanggap, dimana pelayanan yang berhubungan dengan kesiapan konsumen menghadapi konsumen.
3. Kompetensi, pelayanan yang berhubungan dengan pengetahuan yang dimiliki karyawan dan keterampilan dalam melayani konsumen.
4. Sopan santun merupakan sikap atau tingkah laku yang baik diberikan karyawan saat melayani konsumen.
5. Kredibilitas, suatu kepercayaan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen saat dilayani oleh karyawan perusahaan.
6. Keamanan, rasa aman yang diberikan perusahaan kepada konsumen.
7. Aksesibilitas, derajat kemudahan yang dicapai konsumen. hal ini berkaitan dengan pelayanan saat perusahaan dihubungi, konsumen dalam menjangkau lokasi dan fasilitas, dan waktu tunggu tidak terlalu lama.
8. Komunikasi, proses penyampaian informasi dari perusahaan ke konsumen dan tanggapan

perusahaan saat konsumen mengeluh.

9. Pemahaman konsumen, upaya dari perusahaan agar memahami keinginan konsumen.
10. Fasilitas fisik, suatu bentuk bukti fisik dalam bentuk benda atau dibendakan seperti karyawan atau alat.

### 2.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah tingkatan dari perasaan seorang konsumen membandingkan etos kerja yang diberikan perusahaan dengan yang dirasakan dengan harapannya (Abdullah dan Tantri, 2019). Hasil evaluasi yang dilakukan konsumen setelah membandingkan dengan apa yang telah dirasakannya dengan harapan setelah ia membeli jasa atau barang disebut kepuasan konsumen. Perasaan puas atau tidak puas yang diberikan seorang konsumen setelah melakukan perbandingan kesan terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang sebenarnya dengan yang diharapkan (Aswad *et al.* 2018).

Kepuasan konsumen merupakan hasil dari evaluasi dari konsumen setelah merasakan produk atau jasa kemudian memberikan evaluasi dari kinerja produk atau jasa tersebut apakah sama atau melebihi ekspektasi yang ia bayangkan. Kepuasan konsumen juga merupakan perasaan senang yang timbul dari konsumen karena membutuhkan atau memenuhi keinginannya walaupun memerlukan usaha lebih (Rasyid 2020). Ada lima faktor utama untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen yang perlu diperhatikan perusahaan, yaitu:

#### 1. Kualitas Produk

Konsumen saat memperoleh produk atau jasa memenuhi keinginan dan harapan konsumen maka konsumen akan memenuhi kepuasan dari konsumen tersebut. Konsumen yang memiliki pikiran rasional akan menuntut produk atau jasa untuk memiliki kualitas yang baik karena konsumen memerlukan usaha yang lebih untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Kualitas produk yang

baik ini akan membentuk nilai tambah dari konsumen.

2. Kualitas layanan, pelayanan yang berkualitas dari perusahaan akan membuat konsumen merasa puas karena memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan konsumen.
3. Emosional, produk atau jasa yang memiliki nilai yang tinggi dimata konsumen akan membuat konsumen merasa senang saat menggunakan produk atau jasa tersebut dan meningkatkan rasa percaya diri say berhadapan dengan lingkungan sosialnya.
4. Harga, produk murah kualitas sama lebih disukai oleh konsumen.
5. Biaya, konsumen tidak menyukai biaya tambahan lain ketika mencoba suatu produk atau jasa.

#### 2.4 Penelitian Terdahulu

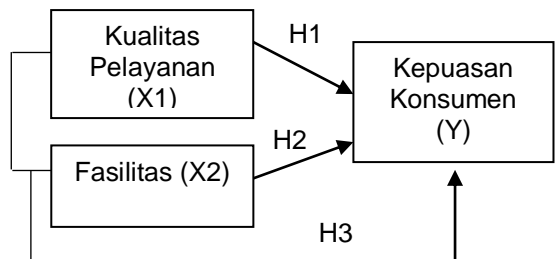
ajian pustaka yang telah diuraikan didukung dengan penelitian terdahulu yang relevan untuk menjadi referensi dasar dalam penelitian ini, berikut penelitian terdahulu dibawah ini sebagai berikut.

1. William dan Purba (2018) pada penelitiannya bahwa variabel independen yang digunakan yaitu struktur dan kualitas pelayanan. Variabel terikat dari survei ini yaitu kepuasan pelanggan. Hasil survei menunjukkan bahwa tempat dan kualitas layanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Hasbi (2018) menggunakan metode pengolahan data untuk analisis regresi. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta didik sekolah Mts Negeri 1 Kota Model Kota Palembang.
3. Dalam penelitian Siswanto dan Heryenzus (2020) penelitian ini menguji variabel bebas seperti kualitas produk dan kualitas layanan, serta variabel terikat seperti pelanggan, dengan sampel responden yang lengkap. Hasil penelitian terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan diantara

variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk).

4. Setiawan (2019) dalam penelitiannya mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Limasan Kafe Karawang menyebutkan lokasi, struktur, dan variabel dependen sebagai variabel independen, atau pendekatan yang menggambarkan dan mengelola kepuasan pelanggan. Jumlah orang yang diwawancarai dengan metode ad hoc sampling adalah 343 orang. Studi ini menunjukkan bahwa kombinasi variabel bebas terdapat korelasi positif pada kepuasan pelanggan.
5. Penelitian yang dilakukan Maydiana (2019) menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan adanya pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan ketika mengevaluasi survei dengan deskripsi kuantitatif.

#### 2.5 Kerangka Pemikiran



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran  
(Sumber: Peneliti 2021)

#### 2.6 Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan, maka hipotesis dari penelitian, yaitu:

- H1: Diduga Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ASTON Hotel & Residence di Kota Batam.
- H2: Diduga Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ASTON Hotel & Residence di Kota Batam.

H3: Diduga Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen ASTON Hotel & Residence di Kota Batam.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di ASTON Hotel & Residence Kota Batam, Kepulauan Riau. Penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dilakukan secara sistematis dan menggunakan metode analisis data. Jenis penelitian menggunakan *descriptive research* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan data yang dikumpul menjadi satu dengan metode pengumpulan data yang telah ditentukan kemudian dianalisis dengan menyajikan data setelah itu dijelaskan agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Teknik sampel pada penelitian menggunakan *accidental sampling* karena konsumen atau pengunjung hotel yang datang tidak tentu dan dalam jumlah yang besar sehingga menyulitkan peneliti untuk mengidentifikasi dan waktu yang dibutuhkan juga lama. *Accidental sampling* termasuk sampling nonprobabilitas dimana sampel yang digunakan berdasarkan kemudahan respon dalam mendapatkan responden dan daya yang diinginkan seperti mudah dijangkau oleh peneliti. Peneliti juga menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah responden agar mewakili jumlah populasi.

Peneliti memanfaatkan kuesioner untuk mengalokasikan data. Kuesioner merupakan alat untuk menggabungkan data dari responden yang telah dipilih mewakili populasi. Metode pengumpulan data dianggap penting karena memenuhi data yang diperlukan peneliti sesuai dengan standar. Metode pengumpulan data ini dapat dilaksanakan melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan wawancara (Sujarweni, 2018). Survei ini menggunakan kuesioner berskala yang mencakup kuesioner tentang kualitas layanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan. Untuk itu diajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditanggapi responden

sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan tersebut (Sujarweni, 2018). Data utama adalah data yang diperoleh langsung dari website, dalam survei baik responden maupun pengunjung ASTON Hotel & Residence di Batam, dan disebarluaskan oleh peneliti melalui kuesioner. Data sekunder berkaitan dengan penelitian seperti dengan lembaga yang berkaitan dengan objek penelitian, jurnal, dan artikel. Data sekunder ini dipakai sebagai pendukung untuk data primer.

Analisis data kuantitatif kemudian diolah menggunakan metode analisis data yang menggunakan software SPSS versi 25. SPSS versi 25 ini merupakan alat analisis data berupa software dalam bentuk program komputer. Berikut teknik analisis data penelitian yang digunakan:

### 3.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas data adalah untuk menguji variabel untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal. Data normal membentuk kurva lonceng (*bell shaped curve*) (Wibowo, 2018).

### 3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki fungsi yang memberitahukan apakah data tersedia atau tidak, yang berbeda dengan asumsi regresi. Tidak ada multikolinearitas yang jelas dalam persamaan regresi, yang berarti bahwa tidak ada hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan. Jika persamaan menunjukkan gejala multikoliniearitas maka variabel independen dikaitkan. Bagaimana menentukan apakah multikolinearitas terjadi dengan memperkirakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Kriteria uji multikolinearitas adalah nilai VIF lebih kecil 10 yang berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas, dan jika nilai VIF lebih besae 10 ada gejala multikolinearitas (Basuki & Prawoto, 2018).

### 3.3 Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas memiliki fungsi melihat penelitian apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Sedangkan variasi residual pengamatan dan pengamatan lainnya masih dapat disebut homoskedastisitas, jika berbeda maka heteroskedastisitas memenuhi syarat sebagai analisis data. Model regresinya baik meskipun tanpa heteroskedastisitas. Cara mengetahui nilai signifikansi  $>$  nilai alpha (0,05), model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Wibowo,2018).

### 3.4 Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linier berganda terdapat model yang sama dengan analisis regresi linier sederhana. Satu-satunya perbedaan adalah jumlah variabel bebas Variabel ini bersifat deskriptif dan memiliki lebih dari satu variabel penjas, sehingga diklasifikasikan sebagai variabel deskriptif atau ditambahkan ke variabel terikat. Model regresi yang baik sebagai alat uji ketika persyaratan model regresi terpenuhi.

### 3.5 Uji Determinasi koefisien R<sup>2</sup>

Uji determinasi koefisien atau R<sup>2</sup> diaman memiliki fungsi mengetahui persentase pengaruh dari suatu variabel bebas yang secara simultan mengalokasikan pengaruhnya terhadap

variabel terikat. Koefisien angka diperlihatkan sejauh mana model yang dibentuk tersebut dapat menjelaskan keadaan yang sebenarnya. Koefisien angka memiliki fungsi untuk mengukur kontribusi dari variabel bebas (X) terhadap keragaman variabel terikat (Y) (Wibowo, 2018).

### 3.6 Uji-t (Uji Signifikasi Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji-t merupakan koefisien regresi yang memerlukan uji signifikan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki variabel terikat atau tidak. Subtes ini digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Cara menentukan kriterianya adalah dengan melihat nilai thitung  $>$  ttabel dan nilai tandanya.  $<$  0,05 maka Ho diterima (Sanusi, 2018).

### 3.7 Uji-F

Uji-F ada fungsi yang menentukan pengaruh variabel bebas pada variabel terikat pada tingkat kepercayaan 95%. Apabila  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  artinya hipotesis diterima dan begitu sebaliknya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		192
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06697327
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.029
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>cd</sup>

(Sumber: Analisis data primer menggunakan SPSS 25, 2022)

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 10 dijelaskan di Tabel 11 dimana hasil *Kolmogorov-Smirnov* pada kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) signifikansi 0,200  $>$  0,05. Disimpulkan

bahwa Variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel fasilitas (X2) berdistribusi normal.

#### 4.2. Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Multikolinieritas

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitas pelayanan(X1)	.648	1.543
	fasilitas (X2)	.648	1.543

(Sumber: Analisis data primer menggunakan SPSS 25, 2022)

Tabel 3. Menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X1) nilai *tolerance* yang dihasilkan pada penelitian ini adalah 0,648 dan nilai VIF sebesar 1,543 maka variabel bebas pada X1 bebas dari asumsi multikolinieritas. Variabel fasilitas

(X2) nilai *tolerance* yang dihasilkan pada penelitian ini adalah 0,648 dan nilai VIF sebesar 1,543 maka variabel bebas pada X2 juga bebas dari asumsi multikolinieritas.

#### 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.433	1.119			2.966	.699
kualitas pelayanan(X1)	.254	.046	.329		.366	.715
fasilitas (X2)	.377	.044	.513		.590	.556

(Sumber: Analisis data primer menggunakan SPSS 25, 2022)

Tabel 4. menunjukan variabel X1 dan X2 memiliki sebuah nilai sig > 0,05. Dimana korelasi antara kualitas pelayanan dan fasilitas mempunyai nilai probabilitas, yaitu variabel kualitas

pelayanan (X1) sebesar 0,715 > 0,05 dan variabel fasilitas (X2) sebesar 0,556 > 0,05. Kesimpulan dari hasil diatas artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dan model regresi ini dapat digunakan.

#### 4.4. Hasil Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.** Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.730	1.353		2.756	.699
1					
kualitas pelayanan(X1)	.254	.046	.329	5.565	.715
fasilitas (X2)	.377	.044	.513	8.663	.556

(Sumber: Analisis data primer menggunakan SPSS 25, 2022)

Tabel 5. Menunjukkan persamaan analisis regresi liner berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,730 + 0,254 X_1 + 0,377 X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Hasil persamaan regresi pada nilai konstanta bernilai positif sebesar 3,730. Jika diinterpretasikan maka variabel Y (kepuasan konsumen) diasumsikan bernilai 0, maka variabel X sama dengan atau bernilai 3,730.
2. Hasil persamaan regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 0,254 (25,4%). Interpretasi hasil ini menunjukkan peningkatan variabel X1 sebesar satu-satuan menyebabkan variabel Y

meningkat 25,4%, asalkan variabel X1 adalah 0 atau konstan. Koefisien positif menunjukkan bahwa ada hubungan searah antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

3. Hasil persamaan regresi untuk variabel fasilitas (X2) sebesar 0,377 (37,7%). Interpretasi ini memperlihatkan bahwa setiap peningkatan variabel X2 sebesar satu-satuan menyebabkan variabel Y mengalami kenaikan sebesar 37,7% dengan asumsi variabel X2 bernilai 0 atau konstan. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara fasilitas dengan kepuasan konsumen.

#### 4.5. Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

**Tabel 5.** Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 <sup>a</sup>	.571	.567	2.7082.092

(Sumber: Analisis data primer menggunakan SPSS 25, 2022)

*Adjusted R Square* sebesar 0,571 atau jika dalam bentuk persen sebesar 57,1% yang artinya bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Aston di Batam dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas

pelayanan dan fasilitas sebesar 57,1% dan untuk sisanya 42,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diamati pada penelitian ini.



#### 4.6. Hasil Uji t (Uji Signifikasi Koefisien Regresi Secara Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.730	1.353		2.756	.000
1 Kualitas Pelayanan(X1)	.254	.046	.329	5.565	.000
Fasilitas (X2)	.377	.044	.513	8.663	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan dari hasil uji-t diatas maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen  
 Nilai dari uji-t antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,565 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,97260 dengan signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$  yang artinya hipotesis diterima. Artinya kualitas pelayanan ada korelasi positif pada variabel kepuasan konsumen. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen  
 Nilai dari uji-t antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 8,663 dengan signifikansi 0,000 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,97260 dengan signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$  yang artinya hipotesis diterima. Hal ini memperlihatkan variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan bertambahnya jumlah fasilitas akan meningkatkan kepuasan konsumen.

#### 4.6. Hasil Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1087.845	2	543.923	125.978	.000 <sup>b</sup>
	Residual	816.024	189	4.318		
	Total	1903.870	191			

Uji-F mempunyai syarat untuk penerimaan hipotesis, yaitu apabila sebuah nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima, dan sebaliknya jika signifikansi  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak. Hasil uji-F memiliki nilai  $F_{hitung}$  sebesar 125,978 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,04 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Hal ini memperlihatkan hipotesis diterima dan dinyatakan secara bersamaan dimana terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan dan variabel fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dianalisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, yaitu

1. Diperoleh pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Aston Kota Batam sebesar 25,4%. Terlihat dari hasil uji-t dimana variabel kualitas pelayanan (X1), yaitu 5,565 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,97260 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
2. Diperoleh pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap keputusan pembelian di Hotel Aston Kota Batam sebesar 37,7%. Ditunjukkan dengan

hasil uji-t dimana variabel fasilitas (X2) sebesar 8,663 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,97260 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

3. Hasil penelitian menggunakan uji-F pada variabel X1 dan X2, yaitu adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Hotel Aston Kota Batam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andari, Maulida Putri, and Edy Mulyantomo. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang)" 18 (3): 77–88.
- Aswad, Syaiful, Realize Realize, and Ronald Wangdra. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 6 (2): 77. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>.
- Dharmawan, Reza Harjoyudanto, and Tatiana Kristianingsih. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Pelangi Malang." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 4 (2): 1–20.
- Maydiana, Luthfia. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 7 (2): 44–50.
- Normasari, S. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 6 (2): 77767.
- Pelayanan, Pengaruh Kualitas, D A N Lokasi Terhadap, D I Wamena, and Maria V J Tielung. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3 (3): 959–70. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.9771>.
- Purba, Tiurniari, Program Studi Manajemen, and Universitas Putera Batam. 2020. "Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8 (1): 1987–96. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28051>.
- Putra, Alan Dwi, and Yosi Afandi. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Atria Malang." *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* 3 (1): 544–49.
- Srijani, Ninik, and Achmad Sukma Hidayat. 2017. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center" 7.
- Syera, Rahadian, and Rita Efendi. 2018. "Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan," 2–5.

# Turnitin Originality Report

Processed on: 14-Jan-2022 15:16 WIB

ID: 1741572234

Word Count: 3339

Submitted: 1

Similarity Index	Similarity by Source	
7%	Internet Sources:	7%
	Publications:	5%
	Student Papers:	7%

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen  
Aston Hotel Di Kota Batam By Ade Tami Anggraini

1% match (student papers from 02-Dec-2020)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2020-12-02](#)

1% match (student papers from 01-Dec-2020)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2020-12-01](#)

1% match (student papers from 14-Jan-2021)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2021-01-14](#)

1% match (student papers from 21-Jun-2013)

[Submitted to iGroup on 2013-06-21](#)

1% match (Internet from 19-Jul-2021)

<http://repository.upbatam.ac.id/778/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf>

1% match (publications)

[Nur Laely, Djunaedi Djunaedi, Dea Rosita. "Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan : Studi Konsumen McDonald's Kediri", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kediri, 2020](#)

1% match (student papers from 06-Apr-2018)

[Submitted to Udayana University on 2018-04-06](#)

1% match (Internet from 03-Apr-2021)

<https://text-id.123dok.com/document/9ynodxjq-pengaruh-dewan-komisaris-komite-audit-kualitas-audit-dan-leverage-terhadap-manajemen-laba-studi-pada-perusahaan-manufaktur-sektor-industri-barang-konsumsi-yang-terdaftar-di-bursa-efek-indonesia-periode-2011-2015.html>

1% match (Internet from 03-Nov-2021)

[http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia\\_journal/article/download/2960/1780/](http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/2960/1780/)

1% match (Internet from 03-Nov-2021)

[http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia\\_journal/article/download/2960/1780/](http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/2960/1780/)

1% match (Internet from 12-Jul-2018)

<https://www.scribd.com/document/377356416/Bab-i-2c-IV-2c-Daftar-Pustaka>

1% match (Internet from 02-Jun-2021)

<https://adoc.pub/analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-fasilitas-dan-kepercayaan.html>

1% match (Internet from 07-Jun-2020)

<https://id.scribd.com/doc/264307984/2003-doc>