

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL YUTA DI KOTA MANADO

*THE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND FACILITIES IN HOTEL YUTA MANADO*

Oleh :

Sartika Moha<sup>1</sup>  
Sjendry Loindong<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado  
e-mail : <sup>1</sup>[mohasartika@gmail.com](mailto:mohasartika@gmail.com)  
<sup>2</sup>[loindong18s@gmail.com](mailto:loindong18s@gmail.com)

**Abstrak:** Era global sekarang ini, dalam dunia bisnis terjadi persaingan yang ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Kualitas pelayanan dan fasilitas saat ini, lebih dipentingkan dalam dunia bisnis karena diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan juga akan memperhitungkan persaingan yang timbul dari berbagai jasa perhotelan. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. Populasi adalah para tamu yang menginap. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian asosiatif, dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Hotel Yuta sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen seperti memperhatikan kualitas pelayanan yang lebih baik, dan memberikan fasilitas yang terjangkau agar konsumen akan kembali menginap.

**Kata kunci:** *kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan konsumen*

**Abstract:** *The present global era, in the business world there is intense competition, especially in the field of hospitality services company. Hotel is a company managed by its owner to provide food service, drinks, and a room for sleeping facilities to people who are traveling and able to pay with a reasonable amount of care received in accordance with the absence of a special agreement. Quality of service and facilities at this time, more emphasis in the business world for allegedly affects customer satisfaction, and will also take into account competition arising from a variety of hospitality services. Facilities used by each company a variety of forms, types and benefits. The purpose of this study to analyze the impact of service quality and customer satisfaction at the facilities of the hotel in the city Yuta Manado. The population was the guests who stay. The research sample of 100 respondents. Associative research methods, with multiple regression analysis techniques. The results showed the quality of services and facilities affects customer satisfaction. Yuta hotel management should improve customer satisfaction as to the quality of service is better, and provide affordable facilities so that consumers will be back to stay.*

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

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini dunia bisnis sudah banyak persaingan yang begitu ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Dalam setiap persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada konsumen.

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

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat Kotler (2012:49). Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima) Pujawan (2010:97).

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Kotler (2012:35).

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Hotel Yuta adalah salah satu hotel yang berada di Kota Manado. Hotel Yuta ini dapat dicapai sekitar 10 menit berjalan kaki dari Klabat Stadium. Hotel Yuta ini juga menyediakan kafe yang sangat nyaman. Para tamu juga bisa menikmati makanan di restoran hotel dan juga sarapan disini. Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Yuta bukan hanya dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai restoran mewah untuk tujuan wisatawan.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta Manado.
2. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta Manado.
3. Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta Manado.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Buchory dan Saladin (2010:2) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial menyangkut individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (nilai) produk dengan yang lain. Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:2) adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Berdasarkan definisi di atas disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial, individu atau kelompok untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, melakukan penawaran dan pertukaran suatu produk atau jasa secara tepat.

Kotler dan Armstrong (2012:29) yang menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi para pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut. Kotler dan Keller

(2012:27) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan membuat, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang superior. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi para pelanggan dengan cara membangun hubungan yang kuat, guna membantu mencapai tujuan dari masing-masing pihak.

### **Jasa**

Tjiptono (2012:260) mendefinisikan bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kotler (2012:386) mengungkapkan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada satu produk fisik. Pengertian jasa menurut Kotler yang dikutip oleh Hurriyati (2010:27) ialah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan keseluruhan aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik), tidak mengakibatkan kepemilikan apapun yang tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan bagi konsumen.

### **Kualitas Layanan**

Wijaya (2011:52) menyatakan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono (2011:59) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi dapat diambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

### **Fasilitas**

Tjiptono (2001:184) mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa dalam hal ini adalah hotel.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan (Baillia, Soegoto & Loindong, 2014). Assauri (2012:11) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Nitisemito (2001:171) menyatakan kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan merasa puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang bila harapan mereka dilebihi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang dengan hasil yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan, serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan.

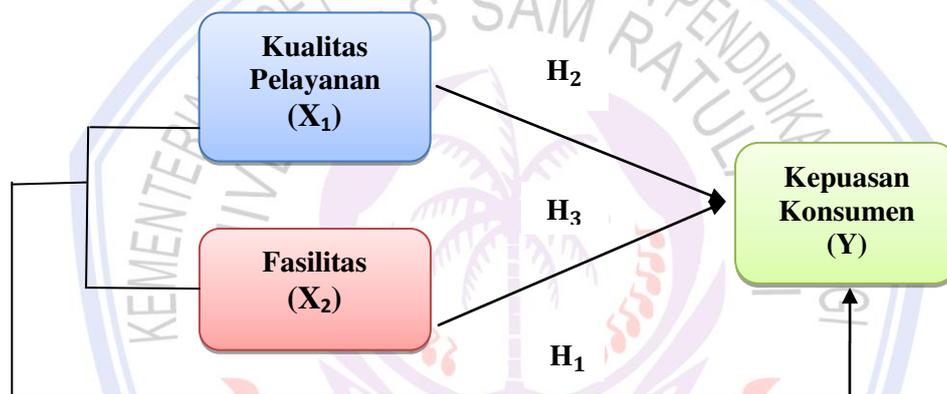
### **Penelitian Terdahulu**

Haryanto (2013) penelitian mengenai kualitas layanan, fasilitas, dan harga pengaruhnya kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado. Responden yang diteliti adalah semua pemilik kendaraan dan pembayar pajak dan surat kendaraan tersebut. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas layanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan. Kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado. Mongkaren (2013), Penelitian mengenai fasilitas dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit advent manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Rumah Sakit Advent Manado memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk mempermudah apabila membutuhkan jasa Rumah Sakit Advent dengan segera. Begitupun kualitas pelayanan yang baik tentunya menciptakan kepuasan pengguna layanan.

Soegoto (2013), Penelitian mengenai persepsi nilai, kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada PT. Pandu Dana Utama Express (PT. Pandu Express) di kota Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara bersama persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial persepsi nilai dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Lumentut dan Palandeng (2014), penelitian mengenai fasilitas, servicescape, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen MCDONALD'S manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Kerangka Berpikir Penelitian



**Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian**

Sumber : Konsep diolah 2015

### Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah :

H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan dan fasilitas diduga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado

H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado

H<sub>3</sub>: Fasilitas diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

### Tempat Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah di Yuta Hotel Manado.

### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono 2012:115). Dari penelitian ini yang menjadi populasi ini adalah konsumen Hotel Yuta tahun 2014 yang berjumlah 8485 konsumen. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi (keterbatasan dana, tenaga, dan waktu) maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono 2012:115). Didapatkan jumlah sampel pada penelitian ini sebesar menjadi 100 responden.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu: survey yaitu peninjauan langsung, wawancara yaitu dengan mengadakan tanya jawab, serta kuesioner yaitu mengajukan pertanyaan secara tertulis.

### Metode Analisis Data

#### Uji Validitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam hal ini digunakan item pertanyaan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur.

#### Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0.60. (Ghozali, 2011:47- 48).

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. (Rangkuti, 2006:66-67). Adapun formula untuk metode Analisis Regresi Berganda. adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = kepuasan konsumen

X<sub>1</sub> = kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = fasilitas

b<sub>1-2</sub>= Koefisien parsial untuk masing-masing variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis

Uji reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus *CronbachAlpha*. Keputusan untuk mengetahui bahwa instrument adalah reliabel jika nilai r Alpha > 0,6.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian**

Variabel	Indikator	Koefisien			
		R	Status	Alpha Cornbach	Status
Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0,862	Valid	0,883	Reliabel
	X <sub>1.2</sub>	0,861	Valid		
	X <sub>1.3</sub>	0,860	Valid		
	X <sub>1.4</sub>	0,860	Valid		
	X <sub>1.5</sub>	0,845	Valid		

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian** (lanjutan)

Variabel	Indikator	Koefisien			
		R	Status	Alpha Cornbach	Status
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0,821	Valid	0,851	Reliabel
	X <sub>2.2</sub>	0,793	Valid		
	X <sub>2.3</sub>	0,804	Valid		
	X <sub>2.4</sub>	0,824	Valid		
Kepuasan Konsumen (Y)	Y <sub>1</sub>	0,733	Valid	0,800	Reliabel
	Y <sub>2</sub>	0,753	Valid		
	Y <sub>3</sub>	0,756	Valid		
	Y <sub>4</sub>	0,758	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data (2015)

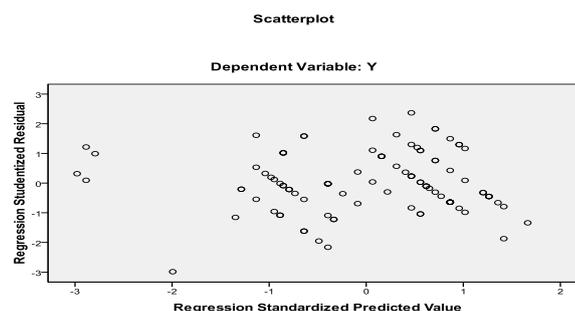
Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas instrumen memberikan nilai yang baik pada butir indikator dari masing-masing variabel utama. Nilai item total dari seluruh variabel diindikasikan reliabel. Ini dapat dilihat dari nilai *Alpha Cronbach's* dari masing-masing variabel baik variabel bebas serta variabel terikat memiliki nilai rata-rata yang reliabel yakni di atas 0,60. Jadi seluruh variabel konstruk valid dan reliabel sehingga dapat diterima dan digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinearitas

Analisis Multikolinearitas, Jika nilai VIF lebih dari 10, maka dapat dikatakan terjadi multikolinearitas. Pada hasil perhitungan SPSS 17, nilai VIF masing-masing variable berada < 10, berarti tidak menunjukkan gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

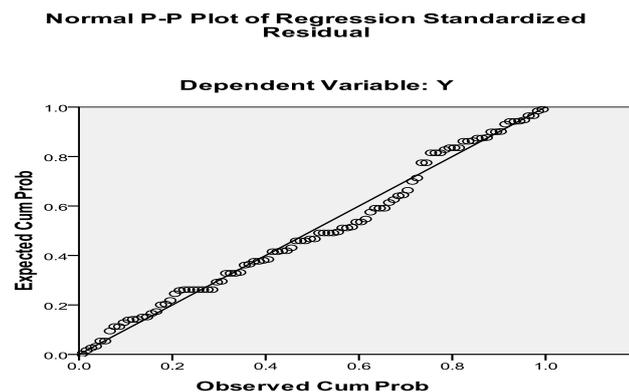


**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data olahan SPSS, 2015

Gambar 2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu menunjukkan tidak ada pola yang terbentuk dengan kata lain grafik menggambarkan plot menyebar.

### 3. Uji Normalitas



**Gambar 3. Hasil Uji Linearitas**

*Sumber : Data olahan SPSS, 2015*

Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

#### Analisis Regresi Berganda

Pengaruh hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dapat dilihat dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	B	Std Error	T Hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	1,290	0,681	1,895	0,061	
KP (X <sub>1</sub> )	0,314	0,053	5,972	0,000	Signifikan
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	0,505	0,068	7,369	0,000	Signifikan

Simultan			
Koefisien	Hasil	Uji F	Hasil
R	0,910	Df (df = n - k - 1)	
R Square (R <sup>2</sup> )	0,828	F hitung	233.385
Adj R Square (Adj R <sup>2</sup> )	0,824	Sig. F	0,000

Regresi Linear Berganda	
$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$	
<b>Kepuasan Konsumen: <math>1,290 + 0,314X_1 + 0,505X_2 + \varepsilon</math></b>	

Ket:  
n = 100  
α = 5% (0,05)  
k = 3

*Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2015)*

Tabel 2 menunjukkan bahwa dengan melihat koefisien beta ( $\beta$ ) untuk masing-masing variabel maka persamaan regresi ganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,290 + 0,314X_1 + 0,505X_2$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut di atas dapat menerangkan bahwa; Nilai konstan sebesar 1,290 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka kepuasan konsumen adalah sebesar 1,290. Nilai 0,314 X<sub>1</sub> berarti, jika variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) meningkat sebesar 1 satuan, maka kualitas layanan juga akan ikut meningkatkan kepuasan konsumen adalah sebesar 0,314 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap atau konstan. Dengan kata lain, kualitas layanan berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen. Nilai 0,505  $X_2$  berarti, jika variabel fasilitas ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka fasilitas juga akan ikut meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,505 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap atau konstan. Dengan kata lain, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil perhitungan pada tabel 2 diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) nilai  $t_{hitung}$  5,972 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan pada tabel 2 diperoleh Untuk variabel fasilitas ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  7,369 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan  $0,026 < \alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) dengan tingkat signifikan (Sig) adalah 0,05 dengan nilai  $F_{hitung}$  233,385 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  0,197 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang bisa membuat kepercayaan konsumen terhadap industri barang maupun jasa meningkat. Berdasarkan hasil uji hipotesis dan analisis regresi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya adalah positif. Hal ini berarti bahwa hubungan antara kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen Hotel Yuta Manado, dan pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan dan arahnya positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Haryanto (2013), dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan masyarakat pada kantor samsat manado. Dan pada penelitian Runtunuwu (2014), didalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Hal ini berarti bahwa pengguna sangat mementingkan kualitas pelayanan yang diterima di Cafe dan Resto Cabana Manado. (Budiyanto (2013), penelitian ini bahwa pengujian hipotesis antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di Narita Hotel Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menginap di Narita Hotel Surabaya. Implikasi dari penelitian ini, menyebabkan perusahaan Hotel Yuta harus terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan para tamu, sebab menjadi suatu ukuran keberhasilan hotel dalam mencapai tujuannya.

### Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel fasilitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen khususnya konsumen Hotel Yuta Manado, dan pengaruh dari variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan dan arahnya positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Mongkaren (2013) dan Lumentut dan Palendeng (2014), dimana dalam penelitian-penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian pertama memfokuskan pada fasilitas pengguna jasa Rumah Sakit Advent Manado, sedangkan pada penelitian kedua fasilitas terhadap MCDONALD'S Manado. Implikasi dari penelitian ini, menyebabkan perusahaan Hotel Yuta harus terus meningkatkan kepuasan konsumen dan produktivitas dari para karyawan dalam melakukan fasilitas kepada para konsumen yang akan memicu kepuasan

konsumen pada hotel secara berkelanjutan dan akan berdampak pada kinerja hotel dilihat dari segala aspek seperti keuntungan dan bertambahnya tamu yang menginap.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Hotel Yuta Manado perlu meningkatkan dan memfokuskan strategi pemasaran perusahaan mereka pada kualitas pelayanan dan fasilitas. Hal ini dilakukan melalui pada pelayanan yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasinya. Fokus pada layanan yang diberikan bisa menjamin para konsumen dalam memberikan tanggapan yang baik, empati kepada perusahaan dalam menciptakan konsumen yang loyal.
2. Peneliti lainnya di bidang pemasaran juga bisa meneliti tentang penelitian ini namun pada perusahaan yang lain atau objek lain ataupun dengan memodifikasi model ataupun dengan menambah variabel ataupun dengan merubah variabel tidak bebas untuk mengetahui respon konsumen.
3. Perusahaan lain yang berfokus di bidang jasa perhotelan juga perlu memperhatikan temuan penelitian ini dengan meningkatkan kepuasan konsumen di perusahaan mereka dengan fokus pada kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan yang diharapkan perusahaan tersebut dapat sukses bersaing di era persaingan yang ketat saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategi Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Raja Garfindo Persada. Jakarta.
- Bailia, Jefry F.T., Agus Supandi Soegoto, & Sjendry S.R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.2 No.3 September 2014. Diakses tanggal 6 April 2016.. Hal.1768-1780.
- Buchory, Herry. Achmad. dan Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. (Teori Aplikasi dan Tanya Jawab). Penerbit Linda Karya. Bandung.
- Budiyanto, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 3 No. 12 (2014). Diakses tanggal 3 Februari 2016.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanto, Edy. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1 No.3 September 2013. Diakses tanggal 6 April 2016. Hal.750-760.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Kotler, Philip. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. BPEE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. dan Gary. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. dan K.L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

- Lumentut, L. Faris. dan Indrie Palendeng. 2014. Fasilitas, Servicescape, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen MCDONALD'S Manado. *Jurnal EMBA*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.2 No.3 September 2015. Diakses tanggal 6 April 2016. Hal. 126-136.
- Mongkaren, Steffi. 2013. Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol. 1 No. 4 (2013). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2723/2276>. Diakses tanggal 6 April 2016. Hal. 493-503.
- Nitisemito, Alex S. 2001. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia. Jakarta.
- Pujawan, I. Nyoman. 2010. *Supply Chain Management*. Edisi kedua. Guna Widya. Surabaya
- Rangkuti, 2006. *Riset Pemasaran*. Cetakan ke empat. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Rantunuwu, Gerardo. Johanes. dan Sem Oroh. dan Rita Taroreh. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Ekonomi. Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol.2 No.3 September 2014. Hal 1803-1813. Diakses tanggal 6 April 2016.
- Soegoto, Agus Supandi. 2013. Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Pandu Dana Utama Express (PT. Pandu Express) di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol. 1 No.3 (2013). Diakses tanggal 6 April 2016.. Hal. 1271-1283.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggara Hotel*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. PT Indeks, Jakarta