

ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN DIFERENSIASI JASA TERHADAP KINERJA LAYANAN HOTEL SAHID KAWANUA MANADO*QUALITY SERVICE ANALYSIS AND SERVICE DIFFERENTIATION ON SERVICE PERFORMANCE AT HOTEL SAHID KAWANUA MANADO*

Oleh :

**Robert L. Hadi¹
James D.D Massie²
Agus S. Soegoto³**¹²³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado.

E-Mail:

¹roberthadi1@gmail.com²jamesmassie@gmail.com³supandi_smrt@yahoo.co.id

Abstrak: Hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa dimana para pelaku usaha menawarkan jasa yang terbaik kepada para tamunya dengan memberikan nilai tambah (*value added*) yang berbeda terhadap produk dan jasa serta pelayanan yang diberikan dan sebagai suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan dan minuman serta pelayanan lainnya untuk di disewakan bagi tamu atau untuk orang-orang yang tinggal sementara waktu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan diferensiasi jasa terhadap kinerja layanan Hotel Sahid Kawanua Manado. Metode penelitian yang digunakan asosiatif, dengan teknik analisis regresi linear berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Alat uji hipotesis yang digunakan yaitu uji F dan uji t. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial kualitas pelayanan dan diferensiasi jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja layanan Hotel Sahid Kawanua Manado. Bagi pihak manajemen Hotel Sahid Kawanua Manado sebaiknya memperhatikan Diferensiasi Jasa, mengingat koefisien regresi Diferensiasi jasa dimata pengunjung Hotel Sahid Kawanua Manado lebih rendah. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara lebih meningkatkan Diferensiasi jasa pelayanan yang ditawarkan, untuk meningkatkan minat pengunjung Hotel Sahid Kawanua Manado dalam bertransaksi.

Kata Kunci : *kualitas layanan, diferensiasi jasa, kinerja layanan.*

Abstract: *Hotel is are one form of service trade where business people offer the best services to their guests by providing different value added to the products and services and services provided a place where accommodation, food and drinks are provided and other services for rent to guests or for people who live temporarily. The research objective was to determine the effect of service quality and service differentiation on the service performance of Hotel Sahid Kawanua Manado. The research method used is associative, with multiple linear regression analysis techniques, multiple correlation, and coefficient of determination. Hypothesis testing tools used are F test and t test. This study used 100 respondents as a sample. The results showed that simultaneously and partially service quality and service differentiation had a positive and significant effect on the performance services of hotel sahid Manado. For the management of Hotel Sahid Kawanua Manado. It is better to pay attention to service differentiation, considering the regression coefficient of differentiation of services in the eyes of the end of Hotel Sahid Kawanua Manado is lower. This can be done for example by increasing the differentiation of services offered, to increase interest in the end of Hotel Sahid Kawanua Manado in making transactions.*

Keywords: *service quality, service differentiation, service performance.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemasaran merupakan suatu panduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, peayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Deliyanti, 2012:2)

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Armstrong (2010) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada di hotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, roomservice, security, cleaning service*, dan lain-lain.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan Sahid Kawanua Manado.
2. Kualitas Layanan terhadap Kinerja Layanan Sahid Kawanua Manado.
3. Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan Sahid Kawanua Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu panduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, peayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Deliyanti, 2012:2). Menurut *American Marketing Association* dalam Alma (2013:3) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa dan ide yang dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu gabungan antara seni dengan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghamtarkan, dan mengkomunikasikan pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2012). Manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan (Alma, 2013:130).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia (Kotler, 2010: 23). Kualitas pelayanan merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. *Service Quality* yaitu membandingkan persepsi anggota atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Supranto,2006:226).

Diferensiasi Jasa

Diferensiasi jasa adalah suatu bentuk peningkatan pelayanan dan mutu dimana didalamnya terkandung nilai yang berbeda dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kotler (2012:12) berpendapat bahwa: Diferensiasi adalah suatu tindakan merancang satu set perbedaan berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing. Diferensiasi jasa adalah suatu usaha membedakan sebuah jasa dari para pesaingnya pada satu atau lebih kinerja dasar atau citra fiturnya (Dickson, 2003:257).

Kinerja layanan

Kinerja adalah suatu usaha meningkatkan kemampuan, teknis, teoritis, konseptual dan moral pegawai sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis melaksanakan pekerjaan pegawai (Hasibuan, 2001 : 69). Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2004 : 67). Kinerja pelayanan (*service performance*) adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan (Dharmayanti, 2006).

Penelitian Terdahulu

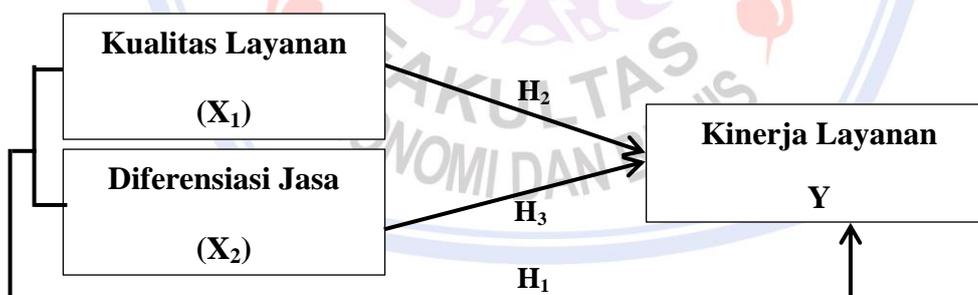
Churiyah, (2007) dalam penelitiannya tentang: Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Rumah Sakit Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil analisis deskriptif berdasarkan distribusi frekwensi pernyataan responden menunjukkan bahwa dimensi *Reliability*; *Responsiveness*; *Empathy*, *Assurance* dan *tangible* sebagian besar dianggap penting oleh pihak rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan urutan prioritas dalam pelaksanaan dimensi *Responsiveness* memiliki peranan penting atas peningkatan kinerja pemasaran.

Priyatna, (2015) dalam penelitiannya tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dilingkungan PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya. Artinya bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya saat ini sudah sesuai dengan harapan konsumen, dan tentunya hal ini dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Jossuha, Kartika dan Hariyanto, (2013) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Layanan Melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Kepuasan kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang puas dapat memberikan kualitas layanan yang baik.
2. Kepuasan kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang puas terhadap pekerjaannya akan cenderung memberikan kinerja yang baik dibanding dengan karyawan yang tidak puas.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber: Kajian Teori, 2018

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa diduga Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja Layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado.
2. Kualitas Layanan diduga Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado.
3. Diferensiasi Jasa diduga Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Dimana penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Dimana hubungan antara variable dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

Populasi dan Sampel

Dalam pengambilan data, populasi adalah seluruh konsumen atau pengunjung pada periode tertentu, yaitu berjumlah 15.956 jumlah pengunjung pada tahun 2017 (*sumber: sahid kawanua. Hotel, 2018*). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005:77). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Definisi Operasional Variable

Variabel – variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan (X_1), merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Indikator: bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empathy.
2. Diferensiasi Jasa (X_2), adalah suatu tindakan merancang satu set perbedaan berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing. indikator: kemudahan pemesanan, pengantara, konsultasi, pemeliharaan dan perbaikan, pelayanan kosumen.
3. Kinerja Layanan (Y), adalah kinerja dari layanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-banar mereka rasakan. indikator: hasil kerja, pengetahuan pekerjaan, inisiatif, kecekatan mental, disiplin.

Metode Analisis Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian ekplanasi. Penelitian ekplanasi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya. Penelitian ini akan melihat pengaruh dan hubungan kausal antara variabel bebas (*independent variable*) yaitu kualitas layanan dan diferensiasi jasa variabel terikat (*dependent variable*) yaitu kinerja layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado. Melihat tujuan penelitian maka uji penelitian ini termasuk uji asosiasi.

Sumber Data

1. Data Primer: Data yang diperoleh langsung dari responden.
2. Data Sekunder: Data yang diperoleh dari pihak lain seperti hasil penelitian dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh langsung dari objek penelitian seperti sejarah perusahaan dan struktur organisasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah Responden	Presentase
<17 Tahun	23	23%
17-58 Tahun	61	61%
>58 Tahun	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan responden dari kelompok umur, responden yang berumur <17 tahun sebanyak 23 orang dengan nilai presentase 23%, responden yang berumur 17-58 tahun 61 orang dengan nilai presentase 61%, responden yang berumur >58 tahun 16 Orang dengan nilai presentase 16%. Dari distribusi usia terlihat bahwa, berdasarkan usia responden dalam penelitian ini, terlihat bahwa responden dengan usia muda dan produktiflah yang terbanyak berkunjung ke hotel sahid kawanua manado.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas terhadap responden dilakukan untuk melihat valid dan reliabelnya instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2009:352) uji coba dilakukan setelah instrumen/kuesioner selesai disusun, instrumen tersebut diujicobakan pada sampel dari mana populasi diambil. Jumlah anggota yang digunakan sekitar 100 orang sebagai responden. Berikut ini adalah hasil pengujian Validitas dan Reliabilitas menggunakan metode Koefisien Alpha Cronbach sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Korelasi (r)			Koefisien		
	r _{hitung}	r _{tabel}	sig	status	alpha cronbach	status
Kualitas layanan (X ₁)						
1	0.766	0.374	0.000	Valid	.802	Reliabel
2	0.740	0.374	0.000	Valid		Reliabel
3	0.817	0.374	0.000	Valid		Reliabel
4	0.819	0.374	0.000	Valid		Reliabel
5	0.792	0.374	0.000	Valid		Reliabel
Diferensiasi jasa(X ₂)						
1	0.538	0.374	0.002	Valid	.756	Reliabel
2	0.829	0.374	0.000	Valid		Reliabel
3	0.888	0.374	0.000	Valid		Reliabel
4	0.612	0.374	0.000	Valid		Reliabel
5	0.667	0.374	0.000	Valid		Reliabel
Kinerja layanan(Y)						
1	0.659	0.374	0.000	Valid	.680	Reliabel
2	0.640	0.374	0.000	Valid		Reliabel
3	0.572	0.374	0.001	Valid		Reliabel
4	0.554	0.374	0.001	Valid		Reliabel
5	0.824	0.374	0.000	Valid		Reliabel

Sumber: Hasil olahan data, 2018.

Tabel 2 menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan untuk ke tiga variabel adalah valid karena berada diatas nilai kritisnya $r_{tabel} = 0,374$ sehingga butir instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas yang terlihat pada Tabel 2, maka seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dimana

nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan masing-masing variabel berada diatas nilai kritis yang disarankan sebesar 0,6. Sehingga analisis data dapat dilanjutkan untuk memprediksi hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Analisis Linear Berganda Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS version 18.0 for windows* maka, hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas atau Non Multikolinieritas. berdasarkan *output* pada *coeficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai VIF < 10.

Tabel 3. Hasil Uji Multiokolinieritas

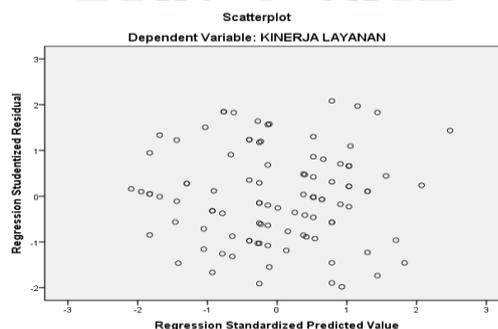
Variabel Bebas	VIF	Keterangan
Kualitas layanan (X_1)	1.003	Non Multikolinieritas
Diferensiasi jasa(X_2)	1.003	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil olahan data, 2018.

Dari data pada Tabel 3 terlihat bahwa nilai output pada *coeficients model* dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas karena semua nilai VIF < 10.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali ,2006 : 45).



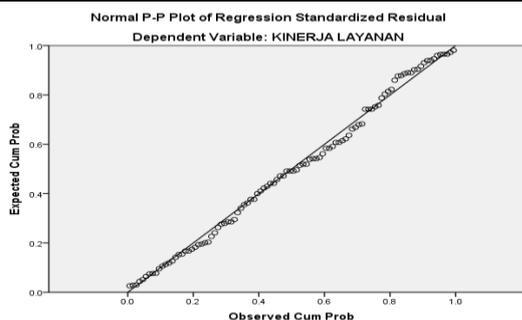
Gambar 2. Scatterplot

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018.

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Berdasarkan hasil Gambar 2. tersebut maka deteksi yang ada adalah penyebaran, dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Suatu model regresi yang baik, adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), hasilnya sebagai berikut:



Gambar 3. Normal P Plot Regression Standardized Residual

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018.

Data pada Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut. Dengan kata lain bahwa keberadaan titik-titik disekitar garis dan pada Scater Plot, tampak titik-titik menyebar disekitar garis linier, hal ini menunjukkan bahwa model berdistribusi normal.

Analisis Regresi Berganda

Setelah melaksanakan uji asumsi klasik, karena telah terpenuhinya asumsi klasik pada hasil analisis data, maka selanjutnya sudah dapat dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Perhitungan regresi berganda antara variabel independen seperti: Kualitas Layanan X_1 , Diferensiasi Jasa X_2 , Kinerja Layanan sebagai variabel Y sebagai variabel bebas dengan menggunakan bantuan program SPSS 24.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda, Korelasi, Determinasi dan Uji Hipotesis

Variabel	B	Standart Error	t_{hitung}	Sig	Ket
Constant	17.556				
Kualitas layanan (X_1)	0.356	0.108	3.309	0.001	Sig
Diferensiasi jasa(X_2)	-0.244	0.118	-0.195	0.041	Sig
R	0.377	Sig F = 0.001		Jumlah	Sampel=100
R square	0.142	$F_{hitung} = 8.042$		$t_{tabel} =$	1.984
Adjusted R square	0.125	$F_{tabel} = 3.94$		$\alpha = 0.05$	

$$\text{Kinerja Layanan} = 17.566 + 0.356 X_1 - 0.244 X_2 + e$$

Sumber: Hasil olahan data, 2018.

Setelah melakukan uji pada data hasil penelitian, maka dari hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 17.566 + 0.356 X_1 - 0.244 X_2 + e$$

persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai constant sebesar 17,556 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas Layanan, Diferensiasi Jasa, dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan maka, Kinerja Layanan adalah 17.556 satuan.
2. Untuk variabel Kualitas Layanan (X_1) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Layanan (X_1) naik sebesar 1 skala, maka Kinerja Pemasaran (Y) akan meningkat sebesar 0,356
3. Untuk variabel Diferensiasi Jasa (X_2) koefisien regresinya adalah negatif, hal ini dapat diartikan apabila Diferensiasi Jasa (X_2) naik 1 skala, maka Kinerja Layanan (Y) akan turun sebesar 0,244.

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi digunakan untuk melihat pengaruh antara Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado. Hasil koefisien korelasi atau R sebagai 0,377 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado mempunyai pengaruh yang positif yaitu sebesar 37,7%. Hasil koefisien Determinasi atau R square (r^2) adalah 0,142 yang menunjukkan bahwa 14,2% Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa sementara sisanya sebesar 85,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama variabel Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado, dengan melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} (sig) > \alpha 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak
- 2) Jika $F_{hitung} (sig) < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a di terima

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa angka F sebesar 8.042 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado, dapat di terima.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa secara parsial terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado. Uji t dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis yaitu:

- 1) $t_{hitung} < t_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak.
- 2) $t_{hitung} > t_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak sehingga H_a diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas layanan sebesar 3.309 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado, dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Diferensiasi Jasa sebesar 2.067 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan $0,04 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya Diferensiasi Jasa berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan.

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis (Uji F) Kualitas Layanan, dan Diferensiasi Jasa berpengaruh positif secara simultan terhadap Kinerja Layanan pada Hotel Sahid Kawanua Manado. sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel Kualitas Layanan dan Diferensiasi Jasa secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap Kinerja Layanan pada Hotel Sahid Kawanua Manado dapat di terima. Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya dari Abdussamad, (2013) ada pengaruh yang signifikan antara diferensiasi jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Dimana kepuasan dari pasien merupakan hasil dari kinerja suatu pelayanan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kinerja Layanan

Hasil pengujian tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kinerja Layanan sebagaimana diuraikan sebelumnya membuktikan bahwa Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado. Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya dari Fahrurrozi (2013) yang menemukan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kinerja Layanan. Pribadiyanto,

Mudiantono dan Utami, (2004) yang menemukan bahwa semakin tinggi kualitas layanan perusahaan yang tercermin dalam kecepatan dan keakuratan kinerja layanan, kecepatan dan keakuratan dalam merespon dan menyelesaikan komplain dari pelanggan, perhatian pada pelanggan fungsi akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampuan perusahaan.

Pengaruh Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan

Hasil pengujian tentang pengaruh Diferensiasi Jasa terhadap Kinerja Layanan sebagaimana diuraikan sebelumnya membuktikan bahwa Diferensiasi Jasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado. Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya dari Wulan, Suharyono dan Latief, (2013) yang menemukan bahwa variabel bebas diferensiasi pelayanan yaitu *Understanding Costumer Needs, Best Value Proposition, People Skill, Great Recovery Plan*, secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai masukan dan tambahan dari penulis bahwa diferensiasi jasa sangat berpengaruh pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk itu perusahaan harus memberi dan menawarkan layanan jasa yang lebih.

PENUTUP

Kesimpulan

Sesuai hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dan diferensiasi jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Kualitas Layanan dan Diferensiasi jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado dapat diterima.
2. Kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Kualitas Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado dapat diterima.
3. Diferensiasi jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja layanan di Hotel Sahid Kawanua Manado. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga Diferensiasi jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Layanan Hotel Sahid Kawanua Manado dapat diterima.

Saran

1. Bagi pihak manajemen Hotel Sahid Kawanua Manado. Sebaiknya memperhatikan Diferensiasi jasa, mengingat koefisien regresi Diferensiasi jasa dimata pengujung hotel sahid kawanua manado lebih rendah. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara lebih meningkatkan Diferensiasi jasa pelayanan yang ditawarkan, untuk meningkatkan minat pengujung hotel sahid kawanua manado dalam bertransaksi. Dan juga lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal.
2. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin mengadakan penelitian serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada instansi lainnya dengan jenis pekerjaan yang berbeda yang lebih menilai kinerja layanan secara konkret, serta menambahkan variabel bebas lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, F. 2013. Pengaruh Diferensiasi Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Islam Gorontalo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. http://repository.ung.ac.id/get/simlit_res/1/76/Pengaruh-Diferensiasi-Jasa-dan-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kepuasan-Pasien-Pada-Rumah-Sakit-Islam-Gorontalo.pdf Diakses tanggal 3 Des 2018.
- Alma, Buchari. 2013 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Churiyah, M. 2007. Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/download/939/pdf_58/ Diakses tanggal 3 Des 2018.
- Deliyanti, Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo, Yogyakarta.

Dharmayanti, Diah. 2006. Analisis Dampak Service Performace dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
<http://ced.petra.ac.id/index.php/mar/article/download/16410/16402> Diakses tanggal 3 Desember 2018.

Dickson, Marcus W. 2003. Leaders, Values, and Organizational Climate: Examining Leadership Strategies for Establishing an Organizational Climate Regarding Ethics. *Journal of Business Ethics*. Netherlands.
http://www.marcusdickson.com/1M_W_Dickson_CV.doc Diakses tanggal 3 Desember 2018.

Fahrurrozi, M. 2013. Pengaruh Kualitas Informasi Beras dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan pada UD. Barokah Berbah Sleman Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*.
[file:///D:/SP/New%20folder%20\(2\)/ipi499650.pdf](file:///D:/SP/New%20folder%20(2)/ipi499650.pdf) Diakses tanggal 3 Desember 2018.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hasibuan, M. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Toko Gunung Agung, Jakarta.

Jossuha., Kartika dan Hariyanto. 2013 Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kualitas Layanan Melalui Kinerja Karyawan Fave Hotel Mex Surabaya. *Jurnal Manajemen*.
<https://media.neliti.com/media/publications/84213-ID-pengaruh-kepuasan-kerja-terhadap-kualita.pdf>
Diakses tanggal 13 Desember 2018.

Kotler, Philip. dan Armstrong, G. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Dialih bahasakan oleh Aleksander Sindoro. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedua Belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip. 2010. *Marketing Management*. the Millennium Edition. Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium . Jilid 2. PT. Prenhalindo, Jakarta.

Mangkunegara, A.A dan A. P. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung.

Supranto, J.2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.

Pribadiyanto, Mudiantono dan Utami. 2004. Analisis Faktor-Faktor Orientasi Pasar yang Mempengaruhi Kualitas Layanan dan Relevansinya Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/download/4174/3821> Diakses tanggal 3 Desember 2018.

Priyatna, Navi Muda. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri, Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*,
<http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jmm17/article/download/420/384> Diakses tanggal 13 Desember 2018.

Wulan, Suharyono dan Latief. 2013 Pengaruh Langkah Diferensiasi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
<https://media.neliti.com/media/publications/73770-ID-pengaruh-langkah-diferensiasi-pelayanan.pdf> Diakses tanggal 3 Desember 2018.