

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Puri Manado

Indah Tinamberan
Johny R. E. Tampi
Danny D. S. Mukuan

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email: indahtinamberan02@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction in the Grand Puri Manado hotel. Service quality variables are measured using 15 indicators and customer satisfaction variables are measured using 6 indicators. This research methodology uses quantitative methods with multiple linear regression analysis approach. The population in this study were all people of the city of Manado who had stayed at the Grand Puri Manado hotel with a sample of guests who were in the research location and were staying at the Grand Puri Manado hotel. Data collection techniques are literature study and questionnaire respondents using multiple linear regression analysis. So that the results obtained simultaneously service quality have a significant effect on customer satisfaction. The R square value is 0.915, so it can be seen that the resulting R2 value is 0.915 or 91.50%. This figure explains that customer satisfaction at the Grand Puri Manado Hotel is influenced by physical evidence, reliability, response, assurance, empathy of 91.50%, while the remaining 8.50% is influenced by other factors or variables that can be internal or internal. external Hotel Grand Puri Manado.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang terdapat di hotel grand puri manado. Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan 15 indikator dan variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan 6 indikator. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota manado yang pernah menginap di hotel grand puri manado dengan sampel yaitu tamu yang sedang berada dilokasi penelitian dan sedang menginap di hotel grand puri manado. Teknik pengumpulan data yaitu dengan studi pustaka dan kuisioner responden dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Sehingga diperoleh hasil kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R square adalah sebesar 0.915 maka dapat diketahui nilai R2 yang dihasilkan sebesar 0.915 atau 91.50%. Angka ini menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Puri Manado dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati sebesar 91,50%, sedangkan sisanya sebesar 8,50% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang bisa bersifat internal maupun dari eksternal Hotel Grand Puri Manado.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing jasa yang harus memberi kepuasan kepada pelanggan yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas jasa dari pesaing. Oleh karena itu, kualitas jasa itu sendiri akan ditentukan dalam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama pelanggan tersebut berada di hotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, room service, security, cleaning, service, dan lain-lain (Tjiptono, 2004). Respon atau tanggapan pelanggan mengenai

pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan (Zeithaml dkk, 2006:75).

Dengan banyaknya jumlah hotel yang ada di kota manado mendorong setiap hotel untuk saling bersaing dalam menarik wisatawan untuk menginap di hotel yang telah tersedia. Salah satu upaya dalam menarik wisatawan adalah selalu mementingkan kepuasan tamu dengan menjaga kualitas pelayanan

yang terdapat di hotel. Hotel Grand Puri Manado merupakan salah satu hotel yang sudah cukup lama beroperasi di kota Manado, dengan begitu banyak hotel pendatang baru yang menawarkan fasilitas dan pelayan yang baik untuk tamu tentunya membuat daya saing lebih meningkat. Tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang di sulut pada januari 2020 menurun 0,39 poin atau 0,66%. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sulut, pada januari 2020, TPK hotel bintang disulut 59,10% secara year on year (yoy) turun sebesar 9,46 poin atau turun 13,8% dibandingkan TPK januari 2019 jika berdasarkan klasifikasi bintang, TPK hotel bintang empat pada januari 2020 mencapai 68,32% termasuk dalam TPK tertinggi bulan itu, dan Hotel Grand Puri Manado merupakan salah satu hotel berbintang empat. sedangkan TPK hotel bintang lima 60,65% diikuti hotel bintang tiga 56,22%, hotel bintang dua 48,40% dan hotel bintang satu 24,96. Jadi berdasarkan data yang di dapat ada 152 kamar yang tersedia dihotel GrandPuri Manado, kurang lebih dalam setahun kamar yang tersedia 55.480 kamar. Jadi dalam setahun tingkat hunian 80% jumlah dalam setahun kurang lebih 44.384 kamar yang terisi. Dalam 5 tahun terakhir jumlah kamar yang terisi sekitar 221.920 kamar. Tapi setelah masa pandemi corona datang tingkat hunian perbulan menjadi 700 kamar yang terisi. Hal yang melatarbelakangi penulis mengambil judul ini dari segi kualitas pelayanan, termasuk kurang baik salah satu contohnya pada saat penulis menginap di hotel itu, karyawan lama dalam merespon kebutuhan tamu, dari segi reservasi kurang baik juga dimana tamu melakukan reservasi dari jauh sebelum menginap tapi pada saat tamu melakukan cek in kamarnya belum siap bahkan tidak tersedia. Lalu kebersihan dalam ruangan kamar itu kurang bersih ketika tamu cek in kondisi kamar masih dalam keadaan kotor, sepreinya tidak diganti dengan yang baru sehinggalah masih menggunakan seprei yang bekas pakai dan hanya dibalik saja sepreinya tidak di ganti. Di daerah kamar yang *no smoking* kamarnya berbau asap rokok padahal itu kamar yang dikhususkan untuk area bebas asap rokok, lalu amenitis di kamar hotel juga kurang lengkap %. Demi menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan sebaiknya menciptakan suatu cara untuk menciptakan pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan mempertahankan pelanggannya.

Tinjauan Pustaka

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2010). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan

penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2011).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Purnama (2006:9), kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau layanan menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Wisnalmawati, 2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Parasuraman dalam (Tjiptono, 2012:174-175), mengemukakan lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan, yaitu:

- Tangibles atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan serta penampilan pegawainya.
- Reliability atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurat yang tinggi.
- Responsiveness atau daya tanggap, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan kinerja harus sesuai dengan yang memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. 11 Membiarkan konsume menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- Assurance atau jaminan, yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- Empathy atau kepedulian, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan memahami keinginan pelanggan.

Perusahaan diharapkan memiliki adanya suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kotler (2011:177) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau Senang.

Pengukuran kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014: 368-369) memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut.

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer satisfaction)

Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.

2) Dimensi kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

3) Konfirmasi harapan (confirmation of expectations)

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.

4) Niat beli ulang (repurchase intention)

Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

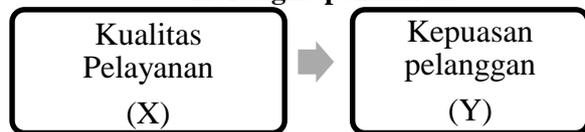
5) Kesiapan untuk merekomendasi (willingness to recommend)

Kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.

6) Ketidakpuasan pelanggan (customer dissatisfaction)

Ketidakpuasan pelanggan meliputi complaint, return atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan defections (pelanggan yang beralih ke pesaing).

Kerangka pemikiran



Hipotesis

Kualitas pelayanan secara simultan tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (kepedulian) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Puri Manado.

Metode Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti di Hotel Grand Puri Manado dengan menyebar angket atau daftar pertanyaan kepada sejumlah responden yang merupakan pelanggan di Hotel Grand Puri Manado. Penelitian ini dilakukan dengan cara survey dengan pendekatan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi mengacu pada seluruh masyarakat kota Manado yang pernah menginap di hotel grand puri manado. Instrument penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Sebagaimana dikemukakan pada bab sebelumnya bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan. Adapun persamaan regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$
 Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Regresi X1 = Bukti Fisik

X2 = Keandalan X3 = Tanggapan X4 = Jaminan

X5 = Empati e = Error

Table. Analisis Regresi Linear Berganda

model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error		beta
1	(Constant)	.668	.967	

	Bukti_Fisik	.426	.055	.309
	Kehandalan	.555	.069	.328
	Tanggapan	.814	.080	.474
	Jaminan	.155	.077	.097
	Empati	.007	.034	.006
	a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan			

Sumber : Data diolah, 2020

Analisis dari Tabel 11 dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

$$Y = 0.668 + 0.426 + 0.555 + 0.814 + 0.155 + 0.007 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta dari persamaan regresi linier berganda pada Tabel 11 adalah 0.668 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa jika bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati nilainya adalah 0 (nol), maka Kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.668.
2. Koefisien regresi untuk variabel bukti fisik adalah sebesar 0.426 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap perubahan sebesar satu satuan pada bukti fisik, sementara kehandalan, tanggapan, jaminan, empati diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan pelanggan akan mengalami perubahan yakni kenaikan sebesar 0.426.
3. Koefisien regresi untuk variabel kehandalan adalah sebesar 0.555 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap perubahan sebesar satu satuan pada kehandalan sementara bukti fisik, tanggapan, jaminan, empati dan diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan pelanggan akan mengalami perubahan yakni kenaikan sebesar 0.555.
4. Koefisien regresi untuk variabel tanggapan adalah sebesar 0.814 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap perubahan sebesar satu satuan pada daya tanggap sementara bukti fisik, kehandalan, jaminan, empati diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan pelanggan akan mengalami perubahan yakni kenaikan sebesar 0.814.
5. Koefisien regresi untuk variabel jaminan adalah sebesar 0.155 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap perubahan sebesar satu satuan pada jaminan, sementara bukti fisik, kehandalan, tanggapan, empati diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan pelanggan akan mengalami perubahan yakni kenaikan sebesar 0.155.
6. Koefisien regresi untuk variabel empati adalah sebesar 0.007 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap perubahan sebesar satu satuan pada empati, sementara bukti fisik,

kehandalan, tanggapan, jaminan diasumsikan tetap, maka besarnya Kepuasan pelanggan akan mengalami perubahan yakni kenaikan sebesar 0.007.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.502	5	42.100	201.318	.000b
	Residual	19.658	94	.209		
	Total	230.160	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
- b. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Tanggapan, Bukti_Fisik, Jamina

Sumber : Data diolah, 2020

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 201.318 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0.000 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($201.318 > 2.31$) maka dapat dinyatakan bahwa bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati secara bersama – sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel Uji t

Model	T	Coefficients ^a	
		T	Sig.
1	(Constant)	.692	.491
	Bukti Fisik	7.798	.000
	Kehandalan	8.065	.000
	Tanggapan	10.192	.000
	Jaminan	2.006	.048
	Empati	.207	.837

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah, 2020

Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara satu per satu atau parsial dapat dilakukan dengan uji t. Tabel diatas menunjukkan bahwa:

1. Untuk variabel bukti fisik (X1) adalah sebesar 7.798 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. t hitung yang bernilai 7.798 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel

bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

2. Untuk variabel kehandalan (X2) nilai t hitung adalah sebesar 8.065 dengan tingkat signifikansi 0,000. t hitung yang bernilai 8.065 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1.98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
3. Untuk variabel tanggapan (X3) nilai t hitung adalah sebesar 10.192 dengan tingkat signifikansi 0,000. t hitung yang bernilai 10.192 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1.98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
4. Untuk variabel jaminan (X4) Nilai t hitung adalah sebesar 2.006 dengan tingkat signifikansi 0,048. t hitung yang bernilai 2.006 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1.98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
5. Untuk variabel empati (X5) nilai t hitung adalah sebesar 0.207 dengan tingkat signifikansi 0,837. t hitung yang bernilai 0.207 tersebut memiliki nilai yang lebih kecil dibanding t tabel 1.98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel empati tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Model	t		Sig.
1	(Constant)	.692	.491
	Bukti_Fisik	7.798	.000
	Kehandalan	8.065	.000
	Tanggapan	10.192	.000
	Jaminan	2.006	.048
	Empati	.207	.837

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen

dalam menjelaskan variabel dependen, terbatas. Sebaliknya, nilai R² yang mendekati satu menandakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen. Adapun nilai R dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 23.

Tabel Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.915	.910	.45730	2.279

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Tanggapan, Bukti_Fisik, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Data diolah, 2020

Menunjukkan nilai R square atau koefisien sebesar 0.915 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0,915 atau 91,50%. Angka ini menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Puri Manado dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati sebesar 91,50%, sedangkan sisanya sebesar 8,50% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F dilakukan untuk melihat apakah terjadi pengaruh nyata antara peubah independen terhadap peubah dependen secara keseluruhan. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2013), uji F ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari peubah bebas (X1, X2,, Xn) dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman peubah terikat (Y). Uji F juga dimaksud untuk mengetahui apakah semua peubah bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Melihat nyata uji F dengan memperhatikan nilai nyata Fhitung lebih kecil dari alpha (α) yang ditetapkan.

Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 201.318 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0.000 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($201.318 > 2.31$) maka dapat dinyatakan bahwa bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati secara bersama – sama/simultas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang ada maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Dengan kiat-kiat yang dilakukan hotel

grand puri dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Selain itu nilai R square atau koefisien determinasi adalah sebesar 0.915 maka dapat diketahui nilai R2 yang dihasilkan sebesar 0,915 atau 91,50%. Angka ini menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Puri Manado dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati sebesar 91,50%, sedangkan sisanya sebesar 8,50% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang bisa bersifat internal maupun dari eksternal Hotel Grand Puri Manado.

Hal ini sesuai dengan penelitian Pantilu dkk (2018) yang menyatakan bahwasannya menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Tjiptono dan Fandi (2012) juga mengemukakan kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan akan mendorong pelanggan untuk merasa puas dan memberikan respon yang positif dimana kemampuan Hotel Grand Puri Manado dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik akan mendorong pelanggan merasa puas baik dari segi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang diberikan berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan yang di kemukakan Parasuraman dalam (Tjiptono, 2012:174-175) untuk mengukur kualitas pelayanan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Kualitas pelayanan (Bukti fisik, Kehandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05, Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Bukti fisik, Kehandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 91,50%, sedangkan sisanya sebesar 8,50% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Referensi

- Parasuraman, (Tjiptono, 2012: 174-175). Dimensi Kualitas Pelayanan Yogyakarta: Andi
Tjiptono, (2014:368-369). Pengukuran Kepuasan Konsumen. Yogyakarta: Andi
Tjiptono, Fandy. 2012. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
Tjiptono, Fandy. 2012. Prinsip-Prinsip Total Quality Service.

Tjiptono, Fandi. 2012. Manajemen jasa. Yogyakarta: Andi. 2012.