

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center

Rivia Natalia Piay  
Lucky Franky Tamengkel  
Wilfried Seth Manoppo

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi  
E-mail: [nataliapiay129@gmail.com](mailto:nataliapiay129@gmail.com)

---

**Abstract.** *The purpose of this study was to see whether the quality of service has an effect on consumer decisions at the Manado Icon Convention Center. This type of research is quantitative data using non-probability samples for sampling. The research data were obtained by distributing questionnaires about service quality and customer satisfaction to 61 respondents using a Likter scale. The collected data were analyzed with the validity test, reliability test, as a condition for carrying out the simple linear regression test, t test, correlation analysis, determination coefficient test (r square), so it can be concluded that the effect of service quality on customer satisfaction is 0.571 or 57. 1%. With this, it can be seen that service quality is a very important factor in ensuring customer satisfaction, so the results obtained in this study are that there is a significant influence on service quality on customer satisfaction at the Manado Icon Convention Center.*

**Keywords:** *Product Quality, Customer Satisfaction*

---

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center. Jenis penelitian yang dilakukan adalah data kuantitatif dengan menggunakan non probability sampel untuk pengambilan sampel. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada 61 responden dengan menggunakan skala likter. Data yang terkumpul lalu dianalisa dengan Uji Validitas, Uji Reabilitas, sebagai syarat untuk melakukan Uji Regresi Linier Sederhana, Uji t, Analisis Kolerasi, Uji Koofisien Determinasi (r square), maka diperoleh kesimpulan bahwa pengaruh kualitas peayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,571 atau 57,1%. Dengan ini dapat diketahui bahwa kulitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menjamin kepuasan konsumen , sehingga hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

---

### Pendahuluan

Di era globalisasi yang berkembang pesat saat ini mengakibatkan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Perkembangan dalam berbagai bidang bisnis sangat ketat sehingga menimbulkan persaingan-persaingan dalam usaha menciptakan produk. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan berusaha mencari strategi baru sehingga di harapkan dapat memperoleh konsumen baru serta dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada untuk meningkatkan hasil penjualan. Perusahaan yang berorientasi pada pasar harus memikirkan bagaimana cara mempengaruhi calon konsumen.

Upaya memenuhi kepuasan pelanggan perusahaan jasa dituntut untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap pelanggan berbeda-beda. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah pelayanan jasa Manado Icon Convention Center. Layanan jasa Manado Icon Convention Center merupakan tempat untuk melaksanakan even-even, baik itu untuk pernikahan, rapat, seminar, launching produk dan even lainnya yang memerlukan tempat untuk melaksanakan even tersebut. Permasalahan yang di hadapi Manado Icon Convention Center pada era moderen ini banyak konsumen yang ingin mengadakan acara pernikahan di luar gedung (out door) dengan tema-tema dan konsep yang konsumen inginkan ,namun saat ini M'Icon tidak memiliki penyewaan gedung yang

bertemakan out door seperti yang diinginkan konsmen/pelanggan.

Permasalahan dan kendala yang sering terlihat adalah miskomunikasi antara klien yang tidak mengikuti dalam perjanjian permintaan kebutuhan acara, selain itu juga masalah yang terjadi ketika hari H berlangsungnya acara terkadang jumlah tamu yang datang tidak sesuai dengan jumlah apa yang telah disepakati terlebih dahulu. Penelitian ini menjadi fokus penelitian adalah strategi pengelola jasa usaha Manado Icon Convention Center dan yang menjadi sub fokus penelitian ini adalah strategi menjaga kualitas pelayanan dan strategi menjaga kepuasan pelanggan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian jasa usaha Manado Icon Convention Center perlu dilakukan guna memberikan informasi dan pelayanan akan tetap konsisten diberikan sesuai dengan harapan pelanggan dan juga berguna untuk Manado Icon Convention Center menjaga kualitas pelayanan dan tetap dapat memberikan kepuasan pelanggan apabila terjadi kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja. Masalah pelayanan bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang di perhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitive. Sistem pelayanan harus didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada kosumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis mengambil judul mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Manado Icon Convention Center”

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dijabarkan rumusan masalahnya yaitu: Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Tujuan Penelitian**

Dengan adanya rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### **Kajian Pustaka**

#### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa

yang diinginkan pelanggan. Menurut Tjiptono (2008:85) kualitas layanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu di wujudkan oleh perusahaan, karena mempunyai pengaruh untuk mendapatkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah keperusahaan lain.

Menurut Elhaitammy dalam Tjiptono dan Chandra (2005) pelayanan yang unggul adalah suatu sikap cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Sedangkan Kotler dan Keller (2012:138) mendefinisikan “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”. Baik buruknya kualitas pelayanan yang di berikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

#### **Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan**

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan, antara lain menurut Menurut Pasuraman (Jasfar 2005;51) kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuisisionr. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang di terima. *Servqual* memiliki 5 dimensi diantaranya yaitu: (1) *Tangibles* (produk-produk fisik) *Tangibles* adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknolo pendukung hingga penampilan karyawan. (2) *Raliability* (kehandalan) *Raliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya. (3) *Responsiveness* (dayatanggap)

*Responsiveness* adalah tanggapan memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan muda dimengerti. (4) *Assurance* (jaminan) *Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. (5) *Empathy* (empati) *Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan

untuk mengetahui keinginan konsumen secara aktual dan spesifik.

### **Kepuasan Konsumen**

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan dapat mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, maka akan mendapatkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan. Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat emosional/perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan setelah membandingkan dengan harapannya.

Sedangkan menurut Husein Umar (2013:65) mendefinisikan "Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Sedangkan Kotler dan Keller (2012:138) mendefinisikan "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas".

### **Indikator Kepuasan Konsumen**

Adapun indikator-indikator kepuasan konsumen (Kusumasitta, 2014) meliputi : (1)Kepuasan general atau keseluruhan (2) Konfirmasi harapan yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi. (3) Perbandingan situasi ideal yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen. (4) Pembelian Ulang yaitu Konsumen puas dan akan kembali membeli produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2011) antara lain: (a) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (b) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (c) Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena

kualitas dari produk tetapi sosial atau yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu. (d) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. (e) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan seseorang dalam sebuah pembelian tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kualitas dipahami sebagai kecocokan untuk digunakan dalam pemenuhan tuntutan dimana totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen..

Berdasarkan konsep teori dan kerangka berpikir yang dikemukakan diatas maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada Manado Icon Convention Center

Dengan memperhatikan tujuan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey eksplanatori. Informasi atau data primer untuk penelitian ini dihimpun melalui metode survey dengan menggunakan anket yang diisi oleh responden. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas adalah kualitas produk sebagai variabel (X) dan sebagai variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen yang disebut variabel (Y).

### **Definisi Konsep dan Operasional Variabel**

(1) Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa(layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan, harapan pelanggan/pengguna. Untuk mencapai suatu kualitas pelayanan yang sangat baik. Suatu perusahaan harus mengerti dan mengimplementasikan segala dimensi-dimensi kualitas pelayanan dengan tepat, karena para konsumen dalam menilai suatu kualitas pelayanan terhadap perusahaan, mereka menggunakan persepsinya dengan melihat dan merasakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan agar pelayanan perusahaan menjadi unggul.

(2) Kepuasan Konsumen adalah tanggapan yang menjelaskan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dari pembelian suatu produk dan harapan sebelumnya sebagaimana terdeskripsi pada kepuasan general atau keseluruhan, konfirmasi harapan, yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi dan perbandingan situasi ideal yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

### Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang ada maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: " Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center".

### Metode Penelitian

Penelitian di lakukan pada Manado Icon Convention Center. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey eksplanatori. Informasi atau data primer untuk penelitian ini dihimpun melalui metode survey dengan menggunakan anket yang diisi oleh responden. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Kemudian data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen kepada 61 responden dengan menggunakan skala likert. Data yang terkumpul lalu di analisa dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, sebagai syarat untuk melakukan Uji Regresi Linear Sederhana dengan Uji t dan Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) menggunakan bantuan aplikasi statistik IBM SPSS.

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Uji validitas ini diolah menggunakan SPSS for windows versi 25,00. dimana ada 14 item pernyataan,  $r_{Tabel}$  pada validitas pelayanan yaitu 0,249 dan untuk  $r_{Hitung}$  P1:0,586149, P2:0,673881, P3:0,465782, P4:471134, P5:0,626101, P6:0,542112, P7:0,644438, P8:0,549381, P9:0,553575, P10:0,660512, P11:0,535126, P12:0,619484, P13:0,502079, P14:0,404489

Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Uji validitas ini diolah menggunakan SPSS for windows versi 25,00. dimana ada 14 item pernyataan,  $r_{Tabel}$  pada validitas pelayanan yaitu 0,249 dan untuk  $r_{Hitung}$  P1:0,544717, P2:0,728638, P3:0,502193, P3:0,502193, P4:0,372881, P5:0,705351, P6:0,665746, P7:0,696524, P8:0,562709, P9:0,761405, P10:0,698422,

P11:0,567977, P12:0,671594, P13:0,648738, P14:0,606757

### Uji Reabilitas

Pengukuran kuesioner yang reliable dengan uji reliabilitas apabila  $r_{alpha} > r_{tabel}$  0,249 Maka pernyataan reliable jika  $r_{alpha} < r_{tabel}$  0,249 maka pernyataan tidak reliable.

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,826	Reliable
Kepuasan Pelayanan	0,876	Reliable

Diperoleh nilai alpha cronbrach sebesar 0,826 dari hasil tersebut instrument penelitian variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliable dan dapat dilakukan sebagai alat ukur penelitian selanjutnya. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai cronbach alpha sebesar 0,876 sehingga instrument penelitian variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliable dan dapat dilakukan sebagai alat ukur penelitian selanjutnya.

### Analisis Korelasi

Koefisien korelasi adalah untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,756 <sup>a</sup>	,571	,564	4,50756

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan  
a. Dependeng Variable : Kepuasan Konsumen  
Sumber: hasil olahan data dari SPSS

Dari tabel diatas didapat nilai R sebesar 0.756 yang artinya hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kuat dilihat dari tabel pedoman

### Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Manado Icon Convention Center.

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstand. Coeff B	Stand. Error	Stand. Coeff Beta	T	Sig.
(Constant)	7,469	5,782		1,292	,201
Kualitas Pelayanan	,868	,098	,756	8,858	,000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan  
b. Dependeng Variable : Kepuasan Konsumen

Dari tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,469 + 0.868X$$

Dari persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial. Dan dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa, Nilai Constant (a) adalah 7,469, artinya jika tidak terjadi perubahan kualitas pelayanan (Nilai  $X=0$ ) maka kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center adalah sebesar 7,469. Nilai Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.868 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa kemampuan variabel X menjelaskan variabel Y.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	,756 <sup>a</sup>	,571	,564	4,50756

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependeng Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil olahan data dari SPSS

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel diatas nilai R Square sebesar 57,1% yang menyatakan variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X), sedangkan sisanya 42,9% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dipenelitian ini.

### Uji T

Uji T digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar. Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh kontribusi suatu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variabel terikat dimana dasar pengambilan keputusan dalam Uji t adalah:

1. Jika nilai thitung > ttabel maka ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. Sebaliknya jika nilai thitung < ttabel maka tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel Hasil Uji t kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai sig 0,000 dan berdasarkan tabel menunjukkan nilai thitung 8,858 sedangkan ttabel 1.999 atau nilai thitung lebih besar dari ttabel, maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

Manado Icon Convention Center

### Pembahasan

Berdasarkan hasil pengelolaan data penelitian dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) dengan sampel enam puluh satu responden, maka diperoleh kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dan ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam membuat konsumen menjadi puas. Sehingga dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center. Dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu untuk karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa kepribadian responden menunjukkan perempuan lebih banyak menggunakan jasa pada M'Icon dibandingkan laki-laki. Dari segi umur responden dengan usia 32-35 tahun yang paling banyak menggunakan jasa pada Manado Icon Convention Center. Berdasarkan hasil pengelolaan data tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center untuk lebih jelasnya akan dibahas sebagai berikut

**Kualitas Pelayanan.** Berdasarkan hasil penelitian dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil uji validitas dan hasil reliabilitas variabel kualitas produk dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada setiap item diperoleh kesimpulan bahwa item-item pada pernyataan tersebut dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Setelah melakukan pengujian data uji validitas dan uji reliabilitas peneliti juga sebagai salah satu syarat sebelum melakukan uji regresi linear sederhana uji t dan uji korelasi dan juga uji koefisien determinasi (r square). Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data atau nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dan dalam pengujian uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi (r square) diperoleh hasil koefisien determinasi (R square) yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) adalah kuat. Kemudian hasil untuk uji t diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center.

**Kepuasan Konsumen.** Data yang diperoleh pada penelitian ini diketahui bahwa dari semua responden

konsumen Manado Icon Convention Center menyatakan setuju pada kuesioner yang telah dibagikan peneliti. Selain itu hasil uji validitas dikatakan valid dikarenakan item-item pernyataan yang diberikan berada di atas nilai  $r$  tabel yang berada pada taraf signifikansi lima persen dan uji reliabilitas dikatakan reliabel karena hasil dari cronbach alpha.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.** Kualitas pelayanan yang baik akan menarik hati konsumen untuk dapat kembali lagi untuk menggunakan jasa pelayanan tersebut. Untuk menunjang kepuasan konsumen maka salah satu upaya yang harus dilakukan oleh Manado Icon Convention Center adalah perlu memberikan kualitas pelayanan yang benar-benar dapat dipercaya dan diandalkan, sebab dengan adanya peningkatan dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan jasa.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, dimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa sewa Manado Icon Convention Center. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan jasa Manado Icon Convention Center. Penelitian ini juga sama dengan penelitian terdahulu, dimana terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Penelitian Terdahulu

Penelitian Oleh Juwita Elisabeth Poluan, tahun 2017 tentang, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado. Kualitas layanan mengacu pada penilaian pelanggan tentang inti dari layanan ini dan penyedia layanan itu sendiri atau seluruh organisasi layanan, kebanyakan orang sekarang mulai menunjukkan permintaan terhadap keunggulan layanan, mereka tidak lagi hanya membutuhkan produk yang berkualitas, tetapi mereka lebih memilih untuk menikmati kemudahan layanan "Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian yang disajikan terlebih dahulu menguraikan sifat dari alam dan mencari deskripsi sistematis dari fakta-fakta yang sedang diselidiki Dari pembahasan di atas hasil menunjukkan bahwa kinerja layanan yang diberikan oleh penyedia layanan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen, strategi yang diadopsi oleh Golden Supermarket Manado, terutama di sektor jasa harus dilaksanakan dengan

baik. Dapat disimpulkan, daya tanggap (Responsiveness) adalah variabel yang menunjukkan keinginan dan kemauan karyawan Golden dalam memberikan layanan kepada konsumen Golden. Manajemen Golden harus memberikan motivasi yang besar untuk semua karyawan Golden mendukung kegiatan pelayanan kepada konsumen secara adil. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan Golden adalah dalam bentuk penghargaan sesuai kemampuan.

#### Kesimpulan

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). berdasarkan hasil penelitian data yang diperoleh *thitung* 8,858, sedangkan *ttabel* 1,999 maka nilai *thitung* lebih besar dari *ttabel*
2. Hasil nilai dari Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,571 berarti 57,1% yang menyatakan variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X), sedangkan sisanya 42,9% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.

Sehingga dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Manado Icon Convention Center. Karena penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam jasa sewa pada Manado Icon Convencion Center.

#### Daftar Pustaka

- Echdar. Saban. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor Penerbit Ghalia Indonesia
- Kolter, Philip, Keller, Kevin 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2016. *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- H. Buchari Alma 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabet
- Penelitian Juwita Elisabeth Poluan, tahun 2017, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado*