

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL SMIP KRIDA WISATA BANDAR LAMPUNG

Irianto Loka

STIE Gentiaras Bandar Lampung

ABSTRACT

Employers who do business in the field of hotel services they should be able to compete closely with each other. Who is good at predicting the possibilities that will happen in the future in service businesses and has been prepared to spend the strategies to address the possibility he will be able to compete in the business services.

One hotel tried to boost the quality of services delivered to achieve customer satisfaction is Hotel SMIP Tourism Activities Belfast, this hotel is a place of hospitality science education to educate the SMIP (Tourism Industry High School) for a diploma in Hospitality and tourism businesses. Unfortunately the end of the hotel considers SMIP Krida Tourism can not provide good service to meet customers' needs. That's because the candidates still see where the hotel guests Krida Travel is still managed by students and as a place of learning.

The purpose of this study was to measure how much influence Against Quality of Service Customer Satisfaction On Travel Hotels SMIP Krida Bandar Lampung.

Key words: service and satisfaction

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini untuk membuktikan suatu perusahaan dapat unggul dari perusahaan lainnya yaitu dengan diminatnya produk-produk yang diluncurkan oleh para konsumen. Menarik perhatian para konsumen tentunya bukan hal yang mudah bagi setiap perusahaan karena terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pemasar juga harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar konsumen tertarik. Seorang konsumen pastinya menginginkan kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan sehingga menambah kepuasan bagi dirinya dalam menikmati produk atau jasa yang telah dibelinya, seperti jasa hotel yang mengutamakan kualitas pelayanan agar para tamu dan pengunjung merasa nyaman dan dapat kembali lagi ke hotel tersebut.

Menurut Hendro dan Chandra (2006:286), kualitas pelayanan diawali bukan dengan biaya yang mahal melainkan dimulai dari pemikiran yang berkualitas hingga hasil yang berkualitas. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapatkan tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon kosumen karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000:46). Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Sekarang ini, pengusaha-pengusaha yang berbisnis dalam bidang jasa hotel mereka harus mampu bersaing ketat antara satu dengan yang lain. Siapa yang pandai meramalkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di masa datang dalam bisnis jasa dan telah siap mengeluarkan strategi-strategi untuk menyikapi kemungkinan tersebut maka dia akan mampu bersaing dalam bisnis jasa tersebut. Akan tetapi pengusaha yang kurang lihai dalam menyikapi kemungkinan-kemungkinan tersebut maka dia harus siap-siap kalah dalam persaingan tersebut.

Salah satu hotel yang berusaha meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung, hotel ini adalah tempat pendidikan ilmu perhotelan untuk mendidik tingkat SMIP (Sekolah Menengah Industri Pariwisata) untuk diploma 1 Perhotelan serta usaha jasa pariwisata. Sayangnya para pengujung menganggap hotel SMIP Krida Wisata belum dapat memberikan pelayanan yang baik demi memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal itu karena para calon tamu masih melihat keberadaan hotel Krida Wisata masih dikelola oleh para pelajar dan sebagai tempat belajar. Memang fakta yang terlihat masih kurang maksimalnya faktor-faktor pelayanan yang diberikan. Adapun faktor-faktor dalam pelayanan yang adalah kurangnya fasilitas-fasilitas untuk konsumen, kurangnya keandalan karyawan dalam penyampaian jasa kepada konsumen, kurangnya ketanggapan karyawan terhadap konsumen, kurangnya keramahan karyawan, kurangnya kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut W.Edwards Deming, Philip B. Crosby dan Joseph M.Juran, (dalam Zulian Yamit, 2005:7) mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran, (dalam Zulian Yamit, 2005:337) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), kendalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur.

Menurut Goetsch Davis, (dalam Zulian Yamit, 2005:8) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang digunakan Goetsch Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Gaspersz (2002:181) kualitas totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas seringkali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan.

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2000:129), menyatakan bahwa pengertian pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak

berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dalam memasarkan produknya, perusahaan biasanya menyajikan beberapa jasa pelayanan.

Masih menurut Kotler (2000:437), bahwa pelayanan yang menyertai produk (*produk service*) dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Pelayanan sebelum penjualan (*presale product*), termasuk di dalamnya periklanan, pameran, nasehat dan sebagainya.
- b. Pelayanan sesudah penjualan (*post sale service*), termasuk di dalamnya mutu pelayanan seperti pelayanan fasilitas dan harga barang.

Berdasarkan uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu pihak lain dengan fasilitas yang memadai hingga akhirnya mendapatkan pelayanan.

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang sangat bagus seringkali tidak membutuhkan biaya yang mahal atau bahkan bisa diberikan secara cuma-cuma. Pelayanan membutuhkan komitmen dan keyakinan dari perusahaan untuk menyediakan pelayanan maksimal kepada konsumen. Ada beberapa definisi kualitas pelayanan, diantaranya:

Menurut Hendro dan Chandra (2006:286), kualitas pelayanan diawali bukan dengan biaya yang mahal melainkan dimulai dari pemikiran yang berkualitas hingga hasil yang berkualitas.

Menurut Kotler (2002:83) definisi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Sedangkan Goetsh dan Davids dalam (Tjiptono, 2000:87), menyatakan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi dapat diambil kesimpulan kualitas pelayanan adalah hubungan antara harapan konsumen tentang pelayanan dan persepsi yang mereka terima yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

- 1) Keandalan (*Reability*)
Menurut Fredy Rangkuti (2002:30) keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 2) Ketanggapan (*Responseveness*)
Menurut Fredy Rangkuti (2002;30) ketanggapan adalah kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan melayani pelanggan dengan baik.
- 3) Jaminan (*Assurance*)

Menurut Fredy Rangkuti (2002:30) jaminan adalah pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

4) Empati (*Emphaty*)

Menurut Fredy Rangkuti (2002:30) empati adalah rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.

5) Bukti Langsung (*Tangible*)

Fredy Rangkuti (2002: 30) bukti langsung adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan alat-alat komunikasi.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Secara definitif dapat dikatakan bahwa [kepuasan konsumen](#) (Basu Swastha, 2000:107) adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.

a. Metode Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000:46). Selanjutnya digunakan 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Sistem organisasi yang berorientasi para pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh dari metode ini memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan sehingga memungkinkan untuk beraksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghostshopper*) untuk berperan atau bersikap pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka menemukan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan setidaknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu dapat terjadi dan upaya untuk dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, karena pengangkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memeberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Nugroho J.Setiadi (2003:16), menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian, pelanggan yang tidak puas akan menghentikan produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita kepada teman-teman mereka. Karena itu, perusahaan

terus menerus berusaha memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian.

2.3 Hipotesis

Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiono (2005:29) Permasalahan asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat hubungan antara dua variabel atau lebih. Terdapat tiga bentuk hubungan yaitu, hubungan simetris, hubungan kausal, dan interaktif/resiprocal/timbal balik. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *hubungan kausal*. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel dipengaruhi). Dalam penelitian ini bermaksud menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2005:72) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu, yang diterapkan penelitian ini penulis mengambil populasi yaitu konsumen yang sudah pernah menginap di Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung.

2. Sampel

Karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Menurut J. Supranto (2006:115), jika jumlah populasi belum diketahui maka perlu diestimasi proposi sampel dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh.

z = Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean.

E = Kesalahan maksimal.

α = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti.

Bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$), artinya peneliti menyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentoleransi kesalahan responden dalam pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari kesalahan responden (lebih dari 10% pengambilan harus diulangi) maka besarnya sampel minimum adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [19,6]^2$$

$n = \frac{1}{4} [384,16] = 96,04 = 96$ responden, dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi responden yang dijadikan sampel adalah 100 orang.

3.3 Variabel Penelitian

1. Variabel independen

Merupakan Variabel bebas yang mempengaruhi atau menjadikan sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat (Sugiono, 2005:33). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas pelayanan atau variabel X.

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2005:33). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen atau variabel Y.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

1. Survei

Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang berdasarkan komunikasi antara peneliti dengan responden. yaitu:

a. Wawancara

Melakukan tanya jawab langsung kepada masyarakat yang sudah menginap pada Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung

b. Kuisisioner (Angket)

Sekumpulan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya dan kemudian diberikan kepada konsumen yang sudah pernah menginap di Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung Bandar

3.5. Uji Persyaratan Instrumen

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarkan pada responden terbatas.

1. Uji Validitas Angket

Menurut Arikunto (2005:168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan atau ketepatan suatu instrumen. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \frac{1}{[n \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi antara x dan y.
- x = jumlah skor variabel x.
- y = jumlah skor variabel y.
- xy = jumlah hasil kali antar x dan y.
- N = jumlah responden.

Dengan kriteria pengambilan keputusan :

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pengukuran tersebut valid.

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pengukuran angket tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Angket

Menurut Arikunto (2005:178) reliabilitas yaitu untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian ini, atinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali-kali hasilnya tetap.

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai alpha menggunakan daftar interpretasi koefisien r berikut (Suharsimi Arikunto, 2005:245):

Tabel 3.1 Nilai Koefisien r

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Cukup/Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 1,9999	Sangat Rendah

3.6. Teknik Analisis Data

1. Analisis Kuantitatif

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung adalah dengan menggunakan **analisis regresi linear sederhana**, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad B = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad A = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

Keterangan :

X = Variabel X

Y = Variabel Y

a = Bilangan Konstan (Konstanta a)

b = Bilangan Konstan (Konstanta b)

(Muhidin, 2007:41)

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel bebas kualitas pelayanan. Uji t dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Statistic Programt for Service Solution (SPSS)*.

Rumusan hipotesis :

Ho = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung.

Ha = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung

4. ANALISIS DATA

4.1. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas diujikan pada 30 responden yang dilakukan dengan menggunakan *korelasi product moment*. Berdasarkan hasil pengolahan, data diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Kualitas Pelayanan (X)

Item soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Butir Pertanyaan 1	0,8162	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 2	0,8643	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 3	0,7791	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 4	0,8655	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 5	0,8291	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 6	0,8551	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 7	0,8348	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 8	0,7420	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 9	0,5580	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 10	0,7939	0,361	Valid

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Kepuasan Konsumen (Y)

Item soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Butir Pertanyaan 1	0,6329	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 2	0,7834	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 3	0,6289	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 4	0,5965	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 5	0,7615	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 6	0,7929	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 7	0,5820	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 8	0,5253	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 9	0,8279	0,361	Valid
Butir Pertanyaan 10	0,7949	0,361	Valid

b. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Pada pengujian reliabilitas instrumen digunakan rumus *alpha cronbach* dengan membandingkan nilai *alpha cronbach* dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai *alpha cronbach* $> r_{tabel}$ berarti instrumen tersebut reliabel dan sebaliknya apabila nilai *alpha cronbach* $< r_{tabel}$ berarti instrumen tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	r_{tabel}	Hasil	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	0,9503	0,361	Alpha $> r_{tabel}$	Reabilitas
Kepuasan Konsumen (Y)	0,9152	0,361	Alpha $> r_{tabel}$	Reabilitas

2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Dengan menggunakan program *Statistic Program for Service Solution (SPSS)* Versi 11.5 dilakukan langkah-langkah perhitungan regresi linier (*simple regression*).

Tabel 4.5 Hasil Correlations

		KEPUASAN	KUALITAS
Pearson Correlation	KEPUASAN	1,000	,779
	KUALITAS	,779	1,000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN	.	,000
	KUALITAS	,000	.
N	KEPUASAN	100	100
	KUALITAS	100	100

Besar hubungan antar variable kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,779. Hal ini menunjukkan hubungan yang cukup erat (diatas 0,05) diantara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Tabel 4.7 Hasil Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 ^a	,606	,602	4,332

a. Predictors: (Constant), KUALITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Angka R square adalah 0,606 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau $0,779 \times 0,779 = 0,606$). Adapun nilai R square sebesar 0,606 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 60,6% sedangkan sisanya 39,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.8 Hasil Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,014	1,854		5,940	,000
	KUALITAS	,670	,055	,779	12,284	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Tabel selanjutnya menggambarkan persamaan regresi yaitu $Y = a + bX$

$$Y = 11,014 + 0,670X$$

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen

X = Kualitas pelayanan

Angka sebesar 11,014 merupakan nilai konstanta (a) yang menyatakan bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung 1,014.

Sedangkan nilai 0,670X merupakan koefisien regresi yang menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung sebesar 0,670.

3. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t, adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung.

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $df=n-2$ dan $\alpha 0,05$ maka Ho ditolak.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan $df=n-2$ dan $\alpha 0,05$ maka Ho diterima.

Dari tabel *coefficient* hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh bahwa nilai t_{hitung} adalah 12,284 sedangkan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan ($df=100-2=98$) adalah 1,660 (t_{tabel}). Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($12,284 > 1,660$), maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Artinya dapat ditarik kesimpulan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung sangat signifikan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil persamaan regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS adalah $Y = 11,014 + 0,670X$ yang menunjukkan bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung sebesar 11,014 dan koefisien regresi 0,670 yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,670 apabila kualitas pelayanan ditingkatkan.
2. Nilai koefisien determinasi R square (R^2) 0,606 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 60,6%, sedangkan 39,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil uji t untuk pengujian signifikan konstanta dan variabel independent (kualitas pelayanan) dari tabel *coefficient* hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh bahwa nilai t_{hitung} adalah 12,284 sedangkan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan ($df=100-2=98$) adalah 1,660 (t_{tabel}). Oleh karena itu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,284 > 1,660$), maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pondok Santap Kelapa Bandar Lampung.

5.2 Saran

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah implikasi dari pelaksanaan dan strategi jasa pelayanan yang dilakukan oleh Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung, oleh karena itu konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung perlu menetapkan kebijakan agar dapat membuat aspek kualitas pelayanan lebih baik sehingga dapat lebih memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Mengingat adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada konsumen Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung dalam meningkatkan kualitas pelayanan sebaiknya Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung lebih fokus mengenai *hospitality*, karena *hospitality* merupakan cerminan jasa yang dipersepsikan oleh konsumen. Bahkan jika perlupara karyawan (khususnya para pelayan) agar kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel SMIP Krida Wisata sesuai dengan Standar Operasi Perusahaan (SOP). Tidak hanya berhenti di situ, para karyawan yang kebanyakan siswa SMIP Kridawisata harus benar-benar mampu memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas. Apabila konsumen sudah merasa puas, konsumen akan menceritakan hal-hal positif mengenai Hotel SMIP Krida Wisata, hal ini akan sangat membantu Hotel SMIP Krida Wisata Bandar Lampung dalam hal melakukan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. Wahyu. (2003) *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. (2005) *Manajemen Penelitian*. Yogyakarta : Rineka Cipta.
- Chandra dan Hendro. (2006) *Be A Smart And Good Entrepreneur*. Jakarta : CLA Publishing.
- Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta : Gramedia
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, Philip dan Susanto AB. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip.(2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Muhidin, Sambas Ali. (2007). *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*. Jakarta : Pustaka Satia.
- Rangkuti, Fredy. (2002). *Measuring Customer Service*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Nugroho, J. (2003) *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : PT. Kencana.
- Sugiono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). *Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi Enam*. Jakarta : Erlangga.
- Swastha, Basu.(2000). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Swasta, Basu dan Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Buku Pertama*. Yogyakarta : Andi and Pearson Education Asia.
- _____. (2003). *Strategi Pemasara Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. (2008). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yamit, Zulian. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, Cetakan Keempat. Yogyakarta : Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.