

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL LOTUS GARDEN DAN RESTAURAN KEDIRI

Nantaskia Herni Deswanda¹, Ichsanudin²,
Suhardi³

Prodi Manajemen FEB Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Achmad Dahlan No.76 Kediri
Nantaskia.deswanda@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022 Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022 Tanggal diterima: 10 September 2022

Abstract

At the Lotus Garden Hotel and Kediri Restaurant, the purpose of this study is to investigate and investigate the impact of the quality of service and the comfort of the site on customer satisfaction. In this study, quantitative research is used in the form of the distribution of questionnaires to customers of the Kediri Restaurant and the Lotus Garden hotel. The goal of the study is to investigate the factors of customer satisfaction that are related to service quality and the comfort of the environment. Empirical study with the findings presented in the form of numbers is known as quantitative research. This study's data analysis made use of descriptive statistical analysis, data quality testing, and effect testing, all performed with the software program SPSS. According to the findings, the level of customer satisfaction at both the Lotus Garden Hotel and the Kediri Restaurant is significantly impacted by a number of factors, including the friendliness of the staff and the ambience of the location.

Keywords: quality of service, comfort of the place, customer satisfaction

Abstrak

Di Lotus Garden Hotel dan Restoran Kediri, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menyelidiki pengaruh kualitas layanan dan kenyamanan situs terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini digunakan penelitian kuantitatif berupa penyebaran kuisioner kepada pelanggan Restoran Kediri dan hotel Lotus Garden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan pelanggan yang saling berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kenyamanan lingkungan. Studi empiris dengan temuan-temuan yang disajikan dalam bentuk angka-angka dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, pengujian kualitas data, dan pengujian efek, semua dilakukan dengan program perangkat lunak SPSS. Berdasarkan temuan, tingkat kepuasan pelanggan di Lotus Garden Hotel dan Restoran Kediri dipengaruhi secara signifikan oleh sejumlah faktor, termasuk keramahan staf dan suasana lokasi.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2002), dicapai ketika produk dan layanan disajikan sesuai dengan persyaratan yang berlaku di lokasi di mana produk diadakan, dan ketika pengiriman setidaknya sama dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut Tjiptono (2005), kualitas layanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan, dan kontrol atas tingkat keunggulan itu berusaha untuk memenuhi persyaratan klien. Menurut Usmara (2008), kualitas pelayanan adalah sikap yang muncul sebagai hasil dari membandingkan harapan kualitas pelayanan konsumen dengan kinerja organisasi yang dilihat oleh konsumen tersebut. Berdasarkan informasi yang disajikan di atas, seseorang dapat mencapai kesimpulan bahwa tingkat layanan yang diberikan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh klien agar bisnis dapat memenuhi kebutuhan klien dan memuaskan keinginan mereka. Karena itu, perusahaan kini siap untuk menawarkan tingkat layanan setinggi mungkin kepada konsumennya untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi di antara para pelanggan tersebut.

Layanan pelanggan didefinisikan oleh Mahmoedin (2010) sebagai "urutan kegiatan yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dan karyawan atau perusahaan yang memberikan layanan kepada konsumen dengan tujuan memecahkan masalah konsumen." Perilaku ini berkembang sebagai akibat langsung dari komunikasi antara pelanggan dan bisnis yang melayani mereka. Pelayanan publik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 adalah "rangkaiannya yang bertujuan untuk memenuhi tuntutan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-

undangan bagi setiap warga negara” dan pelayanan tersebut dapat berlangsung bentuk barang, jasa, atau administrasi. layanan yang ditawarkan oleh lembaga pemerintah. Seperti yang telah kita lihat, layanan dapat dianggap sebagai kumpulan tindakan yang diambil oleh perusahaan atas nama klien dengan imbalan pembayaran, dengan tujuan akhir memfasilitasi pemenuhan beberapa aspek kebutuhan klien atau masyarakat itu.

Karakteristik pelayanan

Layanan dibedakan dari elemen lain dalam beberapa cara, termasuk fitur yang dimilikinya. Dalam konteks ini, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2006) membahas adanya empat karakteristik layanan, yaitu sebagai berikut:

- a. Partisipasi pelanggan dalam proses pelayanan; Sangat penting bahwa pertimbangan yang cermat diberikan pada tata letak fasilitas untuk mengakomodasi kehadiran pelanggan sebagai peserta aktif dalam proses layanan. Di perusahaan manufaktur konvensional, kondisi kerja tidak seperti yang dijelaskan di sini. Perusahaan manufaktur tidak perlu memiliki klien yang hadir secara fisik di dekat lokasi layanan mereka.
- b. Kejadian pada waktu yang bersamaan (simultaneity); karena layanan dibangun untuk dikonsumsi secara bersamaan, tidak perlu menyimpan layanan. Karena fakta bahwa layanan ini tidak dapat disimpan, metode produksi konvensional tidak dapat digunakan dalam proses penyimpanan dalam persiapan untuk berbagai tingkat permintaan.
- c. Pelayanan langsung digunakan dan habis (service perishability); Penyediaan layanan adalah barang langka yang dikonsumsi dengan cepat. Hal ini dibuktikan dengan kursi maskapai yang sudah digunakan untuk kapasitas, serta kamar rumah sakit atau hotel yang ramai. Dalam setiap contoh, ini menghasilkan peluang yang hilang.
- d. Tidak berwujud (intangibility); Pikiran menghasilkan layanan dalam bentuk ide dan konsep untuk digunakan orang lain. Akibatnya, paten tidak dapat diberikan untuk suatu inovasi dalam suatu jasa. Agar manfaat dari model layanan baru terus bertambah, perusahaan perlu cepat berkembang dan melampaui pesaingnya.
- e. Beragam (heterogeneity); Kualitas layanan yang tidak berwujud, dalam hubungannya dengan partisipasi aktif pelanggan dalam proses penyediaan layanan, menghasilkan layanan yang secara unik disesuaikan dengan kebutuhan setiap klien individu. Hubungan yang berkembang antara pelanggan dan orang-orang yang menawarkan layanan membuka pintu bagi potensi pengalaman kerja manusia yang lebih holistik.

Karena lebih merupakan penilaian individu yang merespons, konsep kenyamanan sangat sulit untuk dijelaskan. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan nyaman sebagai keadaan kesegaran dan kesehatan, serta keadaan nyaman, kesegaran, dan kesejukan. Selain itu, beberapa bahasa asing mendefinisikan kenyamanan sebagai situasi santai di mana tidak ada ketidaknyamanan yang dirasakan oleh bagian tubuh mana pun. Rustam Hakim yang berspesialisasi dalam mendesain ruang publik dan lanskap (Hakim, *Components of Landscape Architectural Design*, 2012), menegaskan bahwa tingkat kenyamanan yang diberikan oleh sebuah desain bergantung pada sejumlah elemen yang berbeda. Komponen-komponen ini mencakup hal-hal seperti sirkulasi, kekuatan alam atau iklim, kebisingan, aroma, bentuk, keamanan, kebersihan, keindahan, dan cahaya. Komponen lainnya meliputi bentuk dan keindahan.

Ini adalah contoh dari semacam kenyamanan fisik, dan akan bermanfaat bagi manusia itu sendiri jika dapat mengarah pada peningkatan produktivitas. Peningkatan produktivitas menunjukkan bahwa orang puas dengan lingkungan tempat mereka tinggal. Ada banyak definisi kenyamanan yang berbeda, dan mungkin sulit untuk menjelaskan bagaimana perbedaan ini berhubungan dengan evaluasi setiap individu (Osborne, 1995). Definisi nyaman dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menggambarkannya sebagai "segar" dan "sehat", sedangkan definisi "nyaman" mengacu pada "kondisi nyaman; kesegaran; kesejukan."

Konsumen adalah fokus utama perdebatan mengenai kepuasan dan kualitas layanan yang

diberikan karena konsumen memainkan peran kunci dalam menentukan seberapa puas pelanggan dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dalam skenario khusus ini. Dengan kata lain, seseorang dianggap sebagai konsumen jika mereka pergi ke lokasi yang sama secara konsisten dan sering untuk memenuhi permintaan mereka dengan memperoleh produk atau layanan dan membayar produk atau layanan tersebut. Selain menginginkan layanan tertentu, pelanggan menginginkan layanan tersebut diberikan dalam jumlah yang cukup dan kualitas yang sesuai. Penting bagi bisnis untuk mengevaluasi layanan yang ditawarkan oleh perusahaan saingan sehubungan dengan persyaratan yang dikenakan oleh pelanggan. Survei konsumen reguler, kota saran, dan sistem penanganan keluhan adalah beberapa cara di mana bisnis dapat mempelajari bidang-bidang di mana mereka dapat meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan. Tujuannya bukan untuk menerima keluhan sesedikit mungkin, tetapi lebih untuk mendorong sebanyak mungkin pelanggan untuk menyatakan ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk atau layanan sehingga produsen dapat belajar bagaimana meningkatkan penawarannya. "Sentimen senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan pandangan atau kesan seseorang terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya" merupakan contoh dari "kepuasan" (Kotler, 2008). Dalam situasi ini, fungsi yang dimainkan masing-masing individu dalam memberikan pelayanan, seperti memperkenalkan diri kepada tamu untuk pertama kali atau mengamati pengunjung menikmati makanannya, sangat signifikan dan berdampak pada tingkat kebahagiaan yang dikembangkan. Sangat penting untuk memiliki pemahaman tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada suatu produk untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang tingkat kepuasan klien.

kepuasan. Pelanggan tidak hanya tidak senang dengan tingkat layanan yang diberikan atau rasa makanan, tetapi mereka juga jarang menyuarakan kekhawatiran tentang masalah ini. Salah satu alasannya adalah pelanggan dilibatkan dalam proses pengembangan layanan baru. Mengenai aspek kepuasan pelanggan yang dikenal sebagai harapan, kinerja, dan hasil yang dirasakan, harapan konsumen secara umum adalah pemikiran atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan mereka terima sebagai akibat dari pembelian atau konsumsi suatu produk. Kinerja mengacu pada seberapa baik suatu produk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pelanggan (barang atau jasa). Kinerja aktual mengacu pada seberapa baik suatu produk atau layanan benar-benar bekerja, berlawanan dengan persepsi konsumen tentang seberapa baik itu akan bekerja setelah digunakan, yang dikenal sebagai kinerja yang dirasakan. Kinerja yang dirasakan berbeda dari kinerja aktual, yang mengacu pada seberapa baik produk atau layanan benar-benar bekerja.

Menurut Kotler (2000:41) Ada empat pendekatan berbeda yang dapat diambil untuk menentukan seberapa puas klien, dan ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Bisnis berorientasi layanan pelanggan adalah bisnis yang memberi konsumen banyak kesempatan untuk menyuarakan pemikiran dan ide mereka, termasuk kemampuan untuk mengajukan keluhan.

2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali, perusahaan diharuskan untuk melakukan polling kepada kliennya mengenai tingkat kepuasan yang mereka miliki dengan standar barang atau jasa yang disediakan perusahaan. Survei ini dapat dilakukan dengan meminta staf perusahaan membagikan kuesioner kepada konsumen perusahaan. Dengan melakukan survei, perusahaan akan memiliki kesempatan untuk mempelajari baik kekuatan maupun kelemahan dari produk atau jasa yang ditawarkannya. Dengan informasi ini, perusahaan akan dapat meningkatkan aspek-aspek yang dianggap kurang oleh kliennya. Menurut Tjiptono (2006:18), menentukan seberapa puas pelanggan dengan survei ini dapat dilakukan dengan beberapa metode yang berbeda, antara lain sebagai berikut:

a. Directly reported satisfaction

Evaluasi tidak langsung dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terstruktur dengan skala sebagai berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.

b. Derived dissatisfaction

Pertanyaan-pertanyaan yang sedang dibahas terutama berfokus pada dua aspek: sejauh mana pelanggan memiliki harapan tertentu dari ciri-ciri tertentu, dan besarnya merek yang dilihat.

c. Problem analysis

Konsumen yang bersedia berpartisipasi dalam survei diminta untuk mengungkapkan dua hal utama. Untuk memulai, masalah yang dihadapi orang disebabkan oleh produk dan layanan yang disediakan organisasi. Kedua, beberapa rekomendasi untuk area perbaikan.

d. Importance-performance analysis

Di dalam pendekatan ini, responden diminta untuk memberikan nilai pada berbagai aspek (atribut) penawaran sesuai dengan bobot yang mereka anggap berasal dari masing-masing aspek tersebut. Selain itu, orang-orang yang berpartisipasi dalam jajak pendapat ditanyai tentang seberapa tinggi mereka menilai kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan setiap komponen (atribut).

3. Ghost Shopping

Untuk menjalankan strategi ini, perusahaan mengirimkan sejumlah karyawannya, yang dikenal sebagai "Pembeli Hantu", untuk berpura-pura sebagai pelanggan di bisnis saingan. Tujuan dari strategi ini adalah agar Ghost Shoppers dapat mengevaluasi tingkat layanan yang diberikan oleh bisnis pesaing sehingga informasi yang diperoleh dapat diterapkan untuk meningkatkan tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Dengan kata lain, dengan menggunakan strategi ini, sebuah perusahaan mampu meningkatkan kualitas layanannya sendiri dengan menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh para pesaingnya.

4. Analisa pelanggan yang hilang

Strategi ini dilakukan oleh perusahaan dengan cara menghubungi pelanggannya yang sudah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian kembali pada perusahaan akibat berpindah ke perusahaan yang bersaing langsung dengan perusahaan yang bersangkutan. Pilihan tambahan adalah bagi bisnis untuk mengejar akuisisi klien baru sebagai sarana untuk mencapai tujuan ini. Selain itu, korporasi memiliki kemampuan untuk mempertanyakan penyebabnya.

Kualitas dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan", (Noerchoidah, 2017) "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) Di Surabaya Kualitas Layanan meliputi pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) di Surabaya", (Gofur, 2019) "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan", (Rialdy, 2017) "Pengaruh Kualitas Layanan dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Transportasi, Kualitas Layanan dan Harga Strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Pelayanan"

METODE

Variabel adalah ciri, sifat, atau nilai seseorang, barang, atau kegiatan yang mengalami perubahan tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari. Aspek, sifat, atau nilai ini bisa stabil atau tidak seiring berjalannya waktu (Sugiyono, 2007: 2). Proyek penelitian ini memiliki dua variabel: dependen dan independen.

Variabel terikat akan menjadi fokus utama peneliti. Menganalisis variabel dependen model mengklarifikasi masalah. Seorang peneliti ingin mengetahui seberapa besar variasi fitur tersebut (Ferdinand, 2006:26). Variabel terikat penelitian ini adalah kebahagiaan populasi (Y). Variabel bebas yang dilambangkan dengan X berpengaruh terhadap variabel terikat, baik secara positif maupun negatif (Ferdinand, 2006:26). Penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif menyajikan temuan empiris sebagai angka. Penelitian kuantitatif memberikan hasil melalui teknik statistik atau kuantifikasi. Penelitian kualitatif dan berbasis wawancara adalah kategori lain (pengukuran).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tujuan dari deskripsi responden ini adalah untuk memberikan gambaran tentang tamu yang menginap di Hotel Lotus Garden Kediri. Tamu-tamu ini adalah peserta penelitian ini, yang memiliki jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berikut ini merupakan ringkasan deskripsi orang-orang yang menanggapi survei:

Tabel 1. Responden berdasarkan kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki – laki	37	37%
2	Perempuan	63	63%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas dari jumlah responden 100, responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki. Responden perempuan berjumlah 63 orang atau 63% sedangkan responden laki laki berjumlah 37 orang atau 37% dari keseluruhan responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	18 – 30	35	35%
2	31 – 40	24	24%
3	> 40	41	41%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas dari jumlah responden 100, umur > 40 tahun lebih banyak dibandingkan dengan responden umur 18-30 dan 31-40 tahun. Responden umur 18-30 tahun berjumlah 35 orang atau 35%, responden umur 31-40 tahun berjumlah 24 orang atau 24% dan responden umur >40 tahun berjumlah 41 orang atau 41% dari keseluruhan responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan posisi pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase
<u>Mahasiswa</u>	17	17%
Wiraswasta	46	46%
Pegawai Swasta	37	37%
<u>Jumlah</u>	<u>100</u>	100%

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas dari jumlah responden 100, posisi mahasiswa lebih sedikit dari pada posisi wiraswasta, dan Pegawai Swasta. Responden pegawai swasta berjumlah 37orang atau 37% sedangkan responden Wiraswasta berjumlah 46 orang atau 46%, responden mahasiswa berjumlah 17 orang atau 17%.

Tabel 4. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total Persentase	Mean
		N	N %	N	N %	N	N %	N	N %	N	N %		
1	X1.1	0	0,0%	0	0,0%	26	26%	14	14%	60	60%	100 (100%)	4,34
2	X1.2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	16	16%	84	84%	100 (100%)	4,84
3	X1.3	0	0,0%	0	0,0%	18	18%	22	22%	60	60%	100 (100%)	4,42
4	X1.4	0	0,0%	0	0,0%	8	8%	12	12%	80	80%	100 (100%)	4,72
5	X1.5	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	20	20%	80	80%	100 (100%)	4,80
Rata-rata Kualitas Pelayanan												4,64	

Sumber : Data diolah peneliti 2022.

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 4,64. Angka tersebut masuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa variabel budaya organisasi merupakan unsur yang penting yang harus diperhatikan oleh pihak Hotel Lotus Garden dan Restoran Kediri.

Tabel 5. Deskripsi Data Variabel Kenyamanan Tempat

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total Persentase	Mean
		N	N %	N	N %	N	N %	N	N %	N	N %		
1	X2.1	0	0,0%	0	0,0%	6	6%	24	24%	70	70%	100 (100%)	4,64
2	X2.2	0	0,0%	0	0,0%	4	4%	36	36%	60	60%	100 (100%)	4,56
3	X2.3	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	24	24%	76	76%	100 (100%)	4,76
Total Rata-rata												4,65	

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Berdasarkan table 5 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kenyamanan tempat adalah sebesar 4,64. Angka tersebut masuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa variabel kenyamanan tempat merupakan unsur yang penting yang harus diperhatikan oleh pihak Hotel Lotus Garden dan Restoran Kediri

Tabel 6. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total Persentase	Mean
		N	N %	N	N %	N	N %	N	N %	N	N %		
1	X1.1	0	0,0%	0	0,0%	26	26%	14	14%	60	60%	100 (100%)	4,34
2	X1.2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	16	16%	84	84%	100 (100%)	4,84
3	X1.3	0	0,0%	0	0,0%	18	18%	22	22%	60	60%	100 (100%)	4,42
4	X1.4	0	0,0%	0	0,0%	8	8%	12	12%	80	80%	100 (100%)	4,72
5	X1.5	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	20	20%	80	80%	100 (100%)	4,80
Rata-rata Kualitas Pelayanan												4,64	

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 4,64. Angka tersebut masuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa variabel budaya organisasi merupakan unsur yang penting yang harus diperhatikan oleh pihak Hotel Lotus Garden dan Restoran Kediri.

Tabel 7. Deskripsi Data Kenyamanan Tempat

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total Persentase	Mean
		N	N %	N	N %	N	N %	N	N %	N	N %		
1	X2.1	0	0,0%	0	0,0%	6	6%	24	24%	70	70%	100 (100%)	4,64
2	X2.2	0	0,0%	0	0,0%	4	4%	36	36%	60	60%	100 (100%)	4,56
3	X2.3	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	24	24%	76	76%	100 (100%)	4,76
Total Rata-rata												4,65	

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kenyamanan tempat adalah sebesar 4,64. Angka tersebut masuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa variabel kenyamanan tempat merupakan unsur yang penting yang harus diperhatikan oleh pihak Hotel Lotus Garden dan Restoran Kediri.

Tabel 8. Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total Persentase	Mean
		N	N %	N	N %	N	N %	N	N %	N	N %		
1	X3.1	0	0,0%	2	2,0%	28	28,0%	28	28,0%	42	42,0%	100 (100%)	4,10
2	X3.2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	32	32,0%	68	68,0%	100 (100%)	4,68
3	X3.3	0	0,0%	0	0,0%	4	4,0%	18	18,0%	78	78,0%	100 (100%)	4,74
Total Rata-rata												4,50	

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 4,50. Angka tersebut masuk dalam kategori tinggi, artinya bahwa variabel kepuasan pelanggan merupakan unsur yang penting yang harus diperhatikan oleh pihak Hotel Lotus Garden dan Restoran Kediri.

Analisis Kuantitatif

Pengujian Asumsi Klasik

Sampel data yang diperiksa lolos uji normalitas graf dengan flying colors. Model regresi ini memenuhi asumsi normalitas yang dibuktikan dengan gambar plot probabilitas normal dimana titik-titik atau data terdistribusi sepanjang dan tegak lurus terhadap diagonal.

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa VIF untuk kualitas layanan adalah 1,007, dan VIF untuk kenyamanan lokasi adalah 1,007. Tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas karena nilai VIF kurang dari 0,10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10.

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik terdistribusi secara merata tanpa pola yang jelas, baik di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y. Tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi telah dikonfirmasi.

Pengujian Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	10.387	1.580		6.574	.000
	Kualitas Pelayanan	.260	.048	.475	5.394	.000
	Kenyamanan Tempat	.206	.087	.209	2.370	.020

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Konstanta pada Tabel 9 memiliki nilai 10,387. Mengingat data selanjutnya juga positif, kita dapat menyimpulkan bahwa hubungan antara variabel dependen dan independen adalah searah, seperti yang ditunjukkan oleh nilai-nilai positif yang ditunjukkan di sini. Nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 10,387 jika dan hanya jika dua variabel independen Kualitas Layanan (X1) dan Kenyamanan Tempat (X2) keduanya konstan pada 0 (yaitu tidak berpengaruh terhadap Y). Koefisien regresi untuk X1 sebesar 0,260 menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan yang diukur dengan X1 berpengaruh positif terhadap hasil yang diukur dengan Y (kepuasan pelanggan). Jadi, jika kita berasumsi bahwa variabel kenyamanan tempat tetap konstan, peningkatan 1 unit pada variabel X1 (kualitas layanan) akan menyebabkan peningkatan 0,260 unit pada Y (kepuasan pelanggan). Dengan koefisien X2 sebesar 0,206, kita dapat menyimpulkan bahwa tingkat kenyamanan yang ditawarkan oleh tempat tersebut berpengaruh positif terhadap Y (kepuasan pelanggan). Dengan kata lain, dengan asumsi kualitas layanan tetap sama, peningkatan 1 unit di X2 (kenyamanan tempat) akan menyebabkan peningkatan 0,206 unit di Y (kepuasan pelanggan). Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah variabel yang mengukur kualitas pelayanan, yang memiliki koefisien B (beta) sebesar 0,260.

Uji Koefisien Determinasi (*adjusted R²*)

Menurut hasil perhitungan dapat dilihat nilai *adjusted R²* sebesar 0,237. Hal ini memperlihatkan bahwa besarnya variabel kualitas pelayanan (X1) dan kenyamanan tempat (X2) memberi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 76,3% dan sisanya 23,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Uji *t* (parsial)

Tabel 10 Hasil Uji T

Model		Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std Error		
1	(Constant)	10.387	1.580		.000
	Kualitas Pelayanan	.260	.048	.475	.000

Kenyamanan Tempat	.206	0.87	2.370	,000
-------------------	------	------	-------	------

Berdasarkan table 10 Variabel Kualitas Pelayanan ditemukan nilai Sig. = 0,000. Dikarenakan nilai Sig. kurang dari 0,05 maka variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Lotus Garden Kediri dan Untuk variabel Kenyamanan Tempat ditemukan nilai Sig. = 0,000. Dikarenakan nilai Sig. kurang dari 0,05 maka variabel X2 yaitu Kenyamanan Tempat berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Lotus Garden Kediri

Uji F (simultan)

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.534	2	14.767	16.384	.000 ^a
	Residual	87.426	97	.901		
	Total	116.960	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Tempat

b. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

(Sumber: Data diolah peneliti 2022)

Menurut hasil uji-F pada tabel 11 memperoleh nilai Fhitung adalah sebesar 16.384 hal ini akan dibandingkan dengan Ftabel. Cara menentukan Ftabel yaitu $k ; (n-k) = 3 ; (100-3) = 3;97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas).

PEMBAHASAN

Menurut hasil penelitian, kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap kepada pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu 0,000. Hal tersebut menunjukkan nilai signifikansi uji t variabel faktor lokasi (X1) < 0,05 yang kesimpulannya yaitu H0 di tolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa uji parsial pada variabel kualitas pelayanan (X1) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal bahwa diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Lotus Garden Kediri. Penerapan kualitas pelayanan yang bagus dan optimal sangat membuat konsumen senang pada saat menginap, maka Hotel Lotus Garden Kediri harus memperhatikan kualitas pelayanan ke pelangganya. Penerapan kualitas pelayanan yang tepat dapat membuat konsumen merasa nyaman dan puas pada saat menginap sehingga membuat Hotel Lotus Garden Kediri mendapatkan pelanggan dan akan menaikkan volume penjualannya.

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan tingkat kenyamanan yang diberikan oleh lokasi (X2). Nilai signifikansi yang dihitung untuk variabel kenyamanan (X2) ditemukan sebesar 0,000 berdasarkan temuan penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji-t variabel kualitas produk (X2) lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 tidak diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa uji parsial variabel kenyamanan tempat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal penelitian yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Lotus Garden Hotel Kediri sebagian dipengaruhi oleh tingkat kenyamanan yang diberikan lokasi. Kenyamanan lokasi merupakan salah satu aspek yang selalu menjadi pertimbangan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen memiliki harapan tertentu mengenai kenyamanan lingkungan tempat mereka tinggal. Suasana pendirian, selain kualitas layanan yang diberikan, merupakan faktor lain yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan bagi Hotel Lotus Garden Kediri untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan menyediakan lingkungan yang nyaman untuk mereka tinggal.

Berdasarkan temuan survei kualitas pelayanan (X1) dan kenyamanan tempat (X2), kepuasan pelanggan secara signifikan berpengaruh ke arah positif (Y). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai

signifikansi yang dihitung untuk variabel kenyamanan tempat (X2) dan variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F variabel kualitas pelayanan (X1) dan kenyamanan tempat (X2) lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 tidak terdukung. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa uji simultan variabel kualitas pelayanan (X1) dan kenyamanan tempat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan temuan penelitian ini, hipotesis awal yang diyakini bahwa kualitas layanan (X1) dan kenyamanan tempat (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Lotus Garden Kediri didukung oleh temuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan yang ada dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwasanya ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kenyamanan tempat terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik kualitas pelayanan dan semakin diperbaiki kenyamanan tempat yang dilakukan oleh Hotel Lotus Kediri maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh besar pada Hotel Lotus Kediri. Hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan dan juga referensi untuk peneliti selanjutnya supaya bisa lebih melengkapi lagi dan menambahkan variable penelitiannya.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Arifin, Z. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Kara Guest House Sragen (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [2] Ika Devi Widyaningrum, D., & Effendi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat.
- [3] Nalendra, A. R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun). JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer), 3(2), 281-288.
- [4] Pranata, E. A. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Aston Inn Gideon (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- [5] PRATIWI, M. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga, terhadap kepuasan konsumen di penginapan lebar daun Palembang (Doctoral dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang).
- [6] Putra, B. E. (2012). Pengaruh Pelayanan Banquet Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- [7] Shahputra, R. (2019). analisis kualitas pelayanan di hotel puri inn jakarta.
- [8] SINRANG, A. ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAND CLARION MAKASSAR.
- [9] Widhiarsa, O., & YOESTINI, Y. (2011). "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN HOTEL"(Studi Kasus pada Hotel Ciputra di Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegor