

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan. Oleh karena itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin kritis akan pasar mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan selanjutnya untuk memuaskan konsumen. Pada awalnya setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan dan tujuan yang berbeda. Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Artinya kita berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian

yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: *Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru. Kurangnya kualitas jasa dibidang ekonomi merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata.

Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Hal ini disebabkan konsumen yang datang ke Emerald Garden Hotel Medan mempunyai motivasi atau pendorong yang berbeda dalam memanfaatkan produk jasa yang ditawarkan apakah menyewa kamar, memanfaatkan fasilitas yang ada seperti fasilitas rapat, hiburan dan lainnya. Keistimewaan yang ditawarkan oleh pihak Hotel nantinya akan menjadi suatu indikator bagi kepuasan konsumen sehingga pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Data jumlah pengunjung Emerald Garden Hotel Medan dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Emerald Garden Hotel Medan
Periode Tahun 2012 – 2016

Tahun	Jumlah Pengunjung		
	Asing	Lokal	Jumlah
2012	14480	22480	36960
2013	10000	18560	28560
2014	10120	25160	35280
2015	1856	30400	32256
2016	16320	22320	38640

Sumber : Hotel Emerald Garden Medan (2017)

Data pada tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung mengalami penurunan pada tahun 2013. Jumlah pelanggan tahun 2013 sebanyak 28.560 orang, tahun sebelumnya (2012) pelanggan berjumlah 36960 orang, penurunan yang terjadi sebanyak 8400 orang/pelanggan. Tahun 2014 dengan jumlah 35280 orang (stabil), tahun 2015 dengan jumlah 32256 orang (stabil) dan tahun 2016 dengan jumlah 38640 orang meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi pada Tahun 2013 diatas terjadi karena kualitas pelayanan yang semakin menurun. Ada beberapa masalah yang dikeluhkan pelanggan mengenai karyawan yang kurang tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan yang berkunjung di hotel ini. Hal ini dapat dilihat dari data keluhan tamu pada periode 2012 –2016 disajikan pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Data Keluhan Tamu Emerald Garden Hotel Medan Tahun 2012– 2016

No	Jenis Keluhan Tamu	Tahun
----	--------------------	-------

		2012	2013	2014	2015	2016
1	Ketersediaan tempat parkir	35	48	42	65	39
2	Perlengkapan fasilitas restoran	156	76	97	77	98
3	Petugas kebersihan hotel	96	112	156	89	76
4	Pelayanan karyawan	212	315	213	146	189

Sumber : Emerald Garden Hotel Medan (2017)

Data diatas digunakan untuk memperoleh gambaran secara umum tentang jumlah keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan karyawan Emerald Garden Hotel Medan. Ada beberapa masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan Hotel Emerald Garden mengenai karyawan yang kurang sigap terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam tabel diatas terdapat jumlah komentar tentang pelayanan karyawan khususnya pada tahun 2013 sebanyak 315 komentar. Hal ini dikarenakan kurangnya pelatihan serta *briefing* yang seharusnya dilakukan setiap harinya guna menjaga kualitas dan citra hotel. Dalam hal ini juga dapat disebabkan karena faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Emerald Garden Hotel”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam menghadapi masalah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Emerald Garden Hotel, perlu dilakukan kajian dan identifikasi terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan. Dalam jurnal Prasastono dan Pradapa ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. **“Kualitas Produk**
2. **Kualitas Pelayanan**
3. **Emosional**
4. **Harga**
5. **Biaya”**.¹

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan waktu dan referensi, maka penelitian ini dibatasi hanya meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Emerald Garden Hotel”**.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan latar belakang dan batasan masalah diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah **“Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Emerald Garden Hotel”**.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Emerald Garden Hotel”**.

1.6 Manfaat Penelitian

¹Ndaru Prasastono dan Sri Yulianto Fajar Pradapa, **Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken**, Semarang, jurnal dinamika kepariwisataan, Vol.1, No. 2, Oktober, 2012, hal. 17

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi.

a. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dalam upaya persaingan antar hotel khususnya di Medan yang kini kita ketahui semakin bertambah pesaing di bidang jasa hotel.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya guna pengembangan lebih lanjut dan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian yang ingin meneliti objek yang sejenis.

d. Bagi Lembaga Pendidikan Universitas HKBP Nommensen

Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Kualitas Pelayanan

Jasa mempunyai kualitas pengalaman yang tinggi, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa layanan tersebut. Dalam jurnal Arianto dan Sri Mahmudah “**Kualitas pelayanan adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung**”.² Kualitas pelayanan sangat diperlukan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan pelanggan, dengan demikian kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Terdapat definisi lain oleh Wyckop dalam buku Tjiptono mengatakan “**Kualitas pelayanan (jasa) merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan**”.³ Karena itu jasa (pelayanan) yang dihasilkan perusahaan harus benar mewujudkan kepuasan, keinginan dan harapan pelanggan agar profit dapat terwujud.

Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan adalah hasil dan perbandingan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen terhadap jasa dengan kenyataan pelayanan yang diterima, jika harapan pelanggan terpenuhi maka mereka akan puas dan persepsinya positif. Dengan demikian, tujuan utama dalam peningkatan kualitas pelayanan sebagaimana menurut Love Lock dan Wright dalam Sitorus adalah “**untuk memperkecil kesenjangan sedapat mungkin dimana kesenjangan**

² Mukhammad Arianto dan Nur Mahmudah, **Analisis Kepuasan Konsumen di Jatiroso Catering Service**, Jurnal manajemen & perbankan, Vol.1, no.2, edisi September 2014, hal 107.

³ Fandy Tjiptono, **Pemasaran Jasa**, ANDY, Yogyakarta, 2014, Hal 268

jasa adalah hal untuk memperkecil kesenjangan sedapat mungkin dimana kesenjangan jasa adalah hal yang penting, karena itulah yang merupakan penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap apa yang diharapkan dibandingkan dengan apa yang diterima”.⁴Peningkatan kualitas pelayanan tersebut merupakan dampak positif bagi peningkatan pemenuhan pelanggan dalam menggunakan jasa layanan perusahaan jasa.

2.1.1 Skala Pengukuran Kualitas Pelayanan

Untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas setiap perusahaan memiliki standar pengukuran yang dapat dijadikan sebagai acuan bahwa pelayanan di perusahaan itu berkualitas. Lupiyoadi menyatakan bahwa ada lima skala pengukuran kualitas pelayanan sebagai berikut:

- “1. Berwujud (*Tangibels*)**
- 2. Kemampuan (*Reliability*)**
- 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)**
- 4. Jaminan (*Assurance*)**
- 5. Empati(*Emphaty*)”.**⁵

Berdasarkan kutipan diatas skala pengukuran kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibels*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Kemampuan (*reliability*)

⁴ Monang Sitorus, **Manajemen Pelayanan Publik**, Unpad press, 2016, hal 75.

⁵ Rambat Lupiyoadi, Hamdani, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Salemba Empat, edisi kedua, 2006, hal 182.

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan..

5. Empati (*Empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Prinsip kepuasan pelanggan dalam proses pelayanan jasa sangat penting karena hanya dengan memenuhi kebutuhan pelanggan secara memuaskan, maka pihak pemberi layanan mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan dan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Herlambang **“Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.**

Simonson dalam buku Sangadji dan Sopiah mengatakan **“kepuasan pelanggan adalah menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan”**.⁷Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa penyedia jasa yang bergerak dibidang hotel harus lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan agar menjadi evaluasi dalam memberikan keberhasilan kepada pihak penyedia jasa layanan hotel.

Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena menurut Kotler dan Keller **“Salah satu kunci utama mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan”**.⁸Pelanggan tidak membeli produk atau jasa, melainkan membeli sebuah manfaat. Saat pelanggan puas terhadap manfaat pelayanan yang telah mereka terima maka akan memberikan dampak yang baik. Seorang pelanggan yang puas akan bercerita kepada orang terdekat dan secara tidak sadar mereka ikut memasarkan pelayanan yang telah mereka terima atau berpromosi kepada orang lain.

Biaya merupakan bagian terpenting dalam menilai pelanggan, biaya tidak hanya berarti harga pada pembelian, olehkarena itu perusahaan yang ingin mengembangkan tingkat penjualannya perlu mengeluarkan biaya untuk pelatihan karyawan agar karyawan mampu mengetahui hal- hal apa saja yang harus di lakukan agar terhindar dari keluhan pelanggannya, Pasaribu mengatakan **“keluhan pelanggan merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk mengumpulkan informasi yang penting yang berkaitan dengan**

⁷Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, **Perilaku konsumen**, Andy, 2013, hal 182.

⁸Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, **Manajemen pemasaran**, edisi ketiga belas, 2012, hal. 140

pelanggan”.⁹Perusahaan yang baik dapat menjalin hubungan baik secara pribadi kepada pelanggan eksternal utamanya dan hal ini merupakan hubungan baik secara pribadi agar karyawan mampu melakukan pelayanan yang baik kepada setiap para pelanggannya.

2.2.1 Manfaat Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Para petugas pelayanan merupakan ujung tombak perusahaan jasa yang akan berhadapan langsung dengan pihak pelanggan. Petugas pelayanan harus mampu menanamkan citra yang positif bagi perusahaan dan juga harus memiliki kemampuan membantu perusahaan dalam memahami bahwa pelanggan adalah aset yang penting yang harus dipelihara dan dipertahankan keberadaannya. Oleh karena itu apapun permintaan pelanggan, bagaimana sikap dan tingkah laku pelanggan layanilah pelanggan dengan selalu berpikir positif dalam melayani pelanggan.

Menurut Limakrisna dan Susilo, ada empat manfaat peningkatan kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1. “Meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan dapat meningkatkan pendapatan.**
- 2. Meningkatkan pelayanan dan kepuasan dapat mendukung keperluan pembiayaan masa depan.**
- 3. Mengembangkan pelayanan dan kepuasan dapat meningkatkan efisiensi operasional.**
- 4. Meningkatkan pelayanan dan kepuasan dapat meningkatkan ukuran kinerja”**.¹⁰

Tujuannya adalah untuk masa depan perusahaan dan juga untuk menilai progress menuju tujuan strategis dan sasaran pada periode tertentu dan perusahaan akan tetap bertahan, memberikan mutu pelayanan perusahaan dan akan mampu bersaing dengan pesaing baru.

2.2.2. Strategi kepuasan pelanggan

⁹Romindo Pasaribu, **Manajemen Mutu**, Fakultas Ekonomi Universitas HKKBP Nommensen Medan, 2016, hal 54.

¹⁰Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo, **Manajemen Pemasaran**, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2012, Hal99 – 101

Pemasar dapat meningkatkan penawaran dengan menaikkan kombinasi manfaat fungsional, psikis ataupun emosional, sementara pelanggan mendapat manfaat dari transaksi yang terjadi dan mengendalikan sepenuhnya biaya yang akan dikeluarkan. Fandy Tjiptono oleh Herdiana mengatakan ada beberapa **“strategi kepuasan pelanggan berikut:**

1. **Strategi *superior customer service***
2. **Strategi *relationship marketing***
3. **Strategi *unconditional guarantees***
4. **Strategi penanganan keluhan yang efisien**
5. **Strategi peningkatan kinerja perusahaan”**.¹¹

Strategi ini dilakukan untuk ini dilakukan perusahaan agar pelanggan mampu menyampaikan berbagai keluhan yang terjadi pada saat penggunaan produk atau jasa yang digunakan.

2.2.3 Skala Pengukur Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli dan terciptanya loyalitas pelanggan. Menurut Irawan indikator kepuasan konsumen ada tiga yaitu:

1. **“Kepuasan jasa secara menyeluruh**
2. **Merekomendasikan kepada pihak lain**
3. **Akan menggunakan jasa kembali”**.¹²

Berdasarkan kutipan diatas skala pengukuran kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepuasan jasa secara menyeluruh

¹¹ Nana Herdiana Abdurrahman, **Manajemen Strategi pemasaran**, Pustaka Setia, Bandung, hal. 428- 431.

¹² Mukhamad Arianto, **Loc. cit**, Hal. 111

Kepuasan jasa secara menyeluruh merupakan para konsumen memakai jasa akan merasa puas saat melihat pekerjaan yang dikerjakan selesai dengan bagus dan tidak mengecewakan konsumen.

2. Merekomendasikan Kepada pihak lain

Merekomendasikan kepada pihak lain merupakan konsumen yang merasa puas akan memberi informasi kepada kerabat dan temannya, jika kinerjanya bagus.

3. Akan menggunakan jasa kembali

Akan menggunakan jasa kembali artinya, Jika konsumen puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan maka pelanggan pasti akan kembali menggunakan produk dan jasanya.

2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti selama melakukan penelitian. Adapun tabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Terdahulu	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan dengan Penelitian Sekarang
1	Kusuma Wijayanto (2010)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan	Variabel bebas (X)yaitu:	Variabel bukti fisik dan	Pada penelitian terdahulu menggunakan

		Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah Bank” . ¹³	Kualitas Pelayanan, Variabel terikat (Y) yaitu: Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah.	ketanggapan mempunyai nilai $t_{sig} < 0,05$. Artinya kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	<i>accidental sampling</i> , sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan <i>non probability sampling</i> .
2	Ni Made Arie Sulistyawaty (2015)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” . ¹⁴	Variabel bebas (X) yaitu : Kualitas Pelayanan, Variabel Terikat (Y) yaitu: Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 1,658 dengan nilai sig 0,05 maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Pada penelitian terdahulu menggunakan sampel sebesar 105, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan sampel sebanyak 30
3	Baby Silvia Putri (2017)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Perspektif Dokter Umum	Variabel bebas (X) yaitu: Kualitas Pelayanan, Variabel terikat (Y) yaitu: Kepuasan Nasabah	Hasil menunjukkan bahwa nilai sig sebesar $0.0001 > 0.1$ yang menunjukkan bahwa X_5 (<i>Emphaty</i>) berpengaruh secara signifikan	Pada penelitian terdahulu menggunakan <i>stratified sampling</i> sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan <i>non probability sampling</i>

¹³Kusuma Wijayanto, **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank**, Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 17, No. 1, Juni 2016.

¹⁴Ni Made Arie Sulistyawaty, **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar**, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol-4, No. 8, 2015: 2318-2332.

		Rumah Sakit Hermina Bogor”¹⁵		terhadap Kepuasan (Y)	
4	Fadma Yulianti (2013)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada Bank Panin Tbk Kcp. A. Yani Banjarmasin”¹⁶	Variabel bebas (X) yaitu: Kualitas Pelayanan, Variabel terikat (Y) yaitu: Kepuasan Nasabah	Hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 6.031 > 1.663 secara parsial variabel <i>reliability</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan uji F dan Uji T, sementara variabel yang digunakan 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakan uji F.
5	Beny Mutiara Wardani (2013)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dari sudut pandang Pasien dan Pendamping Pasien”¹⁷	Variabel bebas (X) yaitu: Kualitas Pelayanan, variabel terikat (Y) yaitu: Kepuasan Pelanggan	Nilai t infrastruktur 2.243, nilai t kualitas Personel 2.277 Keimpulan bahwa dengan meningkatnya infrastruktur, kualitas personel maka secara variabel akan mempengaruhi kepuasan konsumen	Pada penelitian terdahulu menggunakan sampel 123 sedangkan pada peneliti selanjutnya menggunakan 30 sampel.

¹⁵Baby Silvia Putri, **Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Perspektif Dokter Umum Rumah Sakit Hermina Bogor**, Jurnal Riset Manajemen dan bisnis, Vol.2, No. 1, Februari 2017: 1-12

¹⁶Fadma Yulianti, **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada Bank Panin Tbk Kcp. A. Yani Banjarmasin**, Jurnal Spread- Oktober 2013, Vol. 3, No. 2

¹⁷Beny Mutiara Wardani, **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dari sudut pandang pasien dan pelanggan pasien**, Jurnal Manajemen, Vol. 1, No. 1, Mei 2013

<p>Sumber : Berbagai artikel (Tahun 2017)</p> <p>2.4. Kerangka Berpikir</p> <p>Perus</p>	6	Selvy Normasari (2013)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, citra perusahaan dan Loyalitas Pelanggan” . ¹⁸	Variabel bebas (X) yaitu: Kualitas Pelayanan dan Variabel Terikat (Y) Yaitu: Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan	T _{hitung} sebesar 4,872 menyatakan bahwa pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan Pelanggan	Pada penelitian terdahulu menggunakan data <i>accidental sampling</i> , sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan metode <i>non probability sampling</i>
<p>ahaan ini merancang suatu strategi yang efektif dan efisien sehingga perusahaan dapat</p>	7	Any Urwatul Wusko (2014)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Bangil Kabupaten Pasuruan” . ¹⁹	Variabel bebas (X) yaitu: Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Rmah Sakit Umum Daerah Bangil Kabupaten Pasuruan	F _{hitung} > F _{tabel} yaitu: 91,124 > 2,30 ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan pengguna jasa	Pada penelitian terdahulu menggunakan sampel sebanyak 100 sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan sampel sebanyak 30

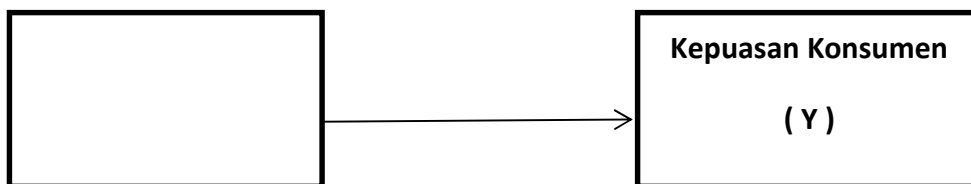
menarik perhatian pelanggannya dalam menggunakan jasa pelayanan Emerald Garden Hotel. Meningkat atau menurunnya jumlah pengunjung hotel ini dapat dilihat keinginan pelanggan untuk mencoba kembali jasa layanan yang disediakan di hotel ini. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan

¹⁸ Selvy Normasari, **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan**, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 2, Desember 2013.

¹⁹ Any Urwatul Wusko, **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Bangil Kabupaten Pasuruan**, Jurnal Kesafta Bisnis, Vol. 1, No. 1 Edisi Agustus 2014.

tingkat kenikmatan, pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Lupiyoadi, ada beberapa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya “**Kualitas Pelayanan**”²⁰. Yaitu sejauh mana jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Jika pihak manajemen hotel mampu memaksimalkan pelayanan kepada setiap pengguna jasa hotel ini, maka pelanggan akan merasa puas dan akan merekomendasikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen Emerald Garden Hotel.

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah gambar kerangka pemikiran variabel bebas adalah kualitas pelayanan (x) dan variabel terikat (Y).



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.5. Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya dengan penelitian. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka berpikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Emerald Garden Hotel Medan

²⁰ Rambat Lupiyoadi, **Op.Cit**, Hal 158.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian dapat mengacu pada penelitian kuantitatif dengan menggunakan variabel-variabel dan data berupa informasi, yang metode penyusunan datanya menggambarkan semua peristiwa dan perbuatan dari objek yang diteliti sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Kuncoro Populasi adalah **“kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian”**.²¹

Data yang diperoleh dari Emerald Garden Hotel menunjukkan bahwa jumlah populasi pelanggan Emerald Garden Hotel yang mengeluh pada tahun 2016 sebanyak 189 pelanggan. Populasi ini akan menjadi perwakilan dalam menentukan sampel oleh peneliti.

3.2.2.Sampel

²¹Mudrajad Kuncoro, **Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi**, Edisi 4, Erlangga, Jakarta, 2013, Hal. 118

Kuncoro mendefinisikan bahwa, “**Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.**²² Secara umum, jumlah sampel minimal yang dapat diterima untuk suatu studi yang dilakukan. Gay dan Diehl dalam Kuncoro memberikan beberapa pedoman dalam menentukan besarnya jumlah sampel, yaitu :

- 1) “**untuk studi deskriptif, dibutuhkan sebanyak 30 sampel untuk menguji jumlah amat minimal. Untuk populasi yang kecil, setidaknya 20 sampel mungkin diperlukan.**
- 2) **untuk studi korelasional, dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada/tidaknya hubungan.**
- 3) **untuk studi kausal-komperatif, minimal 30 subjek per grup umumnya dianjurkan.**
- 4) **untuk studi eksperimen, minimal 15 subjek per grup umumnya dianjurkan”.**²³

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini adalah data pengunjung yang ditemui penulis pada saat penyebaran kuisioner berjumlah 30 pelanggan.

3.3. Metode Pengambilan sampel

Penelitian ini merupakan penelitian jenis korelasional sehingga sampel minimumnya adalah 30 orang atau pelanggan. Dalam hal ini penulis menetapkan bahwa sampel yang akan diteliti berjumlah 30 Orang. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan mengambil tipe *purposive sampling* (metode secara sengaja).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian merupakan bagian yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya tujuan dari sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data, dimana data tersebut akan diolah untuk mendapatkan hasil dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

²²Ibid, Hal. 118.

²³Ibid, Hal. 126

1. Studi Dokumentasi

Yaitu penelitian dengan mengambil bahan-bahan pustaka diambil dari beberapa untuk menunjang teori yang digunakan.

2. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung mengenai pelanggan yang menggunakan jasa hotel.

3. Kuisisioner

Yaitu suatu alat pengumpulan data dengan membuat system pertanyaan secara tertulis dan dilengkapi dengan jawaban yang sudah tersedia dengan keadaan yang terstruktur.

3.5 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini akan saya laksanakan pada bulan July-Agustus 2017 di Emerald Garden Hotel Medan Jl. K. L. Yos Sudarso No. 1. Medan.

3.6 Instrumen Penelitian

Dalam hal ini, yang menjadi instrumen penelitian dapat kita lihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan (jasa) merupakan tingkat keunggulan (<i>excellence</i>) yang diharapkan dan	<ul style="list-style-type: none">- Berwujud (<i>Tangibels</i>)- Kemampuan (<i>Reliability</i>)	Ordinal

		pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Fandy Tjiptono: 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) - Jaminan(Assurance) - Empati (<i>Emphaty</i>) (rambat Lupiyoadi2006) 	
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan adalah menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen,membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan (Etta Mamang Sangadji: 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan Jasa Secara Menyeluruh - Merekomendasikan pada pihak lain - Akan menggunakan jasa kembali (Mukhamad Arianto: 2014) 	Ordinal

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Dalam skala ini terdapat skala pengukuran likert yang digunakan penulis untuk meneliti kuisioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi seseorang. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item yang dapat berupa pertanyaan. Dalam melakukan penelitian ini terdapat variabel yang akan diuji dan mempunyai bobot nilai pada setiap jawaban sebagaimana disimpulkan pada tabel:

Tabel 3.2
Pilihan jawaban dan skor

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian itu benar-benar valid. “Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Dengan menggunakan instrumen yang valid dalam pengumpulan data maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid juga.

Berikut ini kriteria pengujian dan prosedur SPSS dalam menguji validitas instrumen penelitian. Kriteria pengujian :

1. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian tersebut adalah valid.
2. Jika r hitung negatif dan r hitung $<$ r tabel maka butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian tersebut tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan software SPSS 21.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyatannya, maka berapa kalipun diambil tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkatan keterandalan tertentu. Realibel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Pengujian realibilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang $> 0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrumen. Selain itu, *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi yang termasuk digunakan dalam penelitian ini adalah : Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data suatu variabel dapat dilakukan dengan metode *Chi-Square* ataupun dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dan metode *Shapiro-Wilk*, dimana hanya kedua metode ini juga yang disajikan dalam software SPSS.

Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika Sig. (Prob) value $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal, dan sebaliknya jika Sig. (Prob) value $> 0,05$ berarti data terdistribusi secara normal.
- b. Uji Normalitas data juga dapat dilakukan dengan melihat grafik normal Q-Q plot dan grafik *Detrended Normal* Q-Q plot.

- c. Dengan normal Q-Q Plot, data disimpulkan terdistribusi secara normal jika titik-titik nilai data kurang lebih berada pada (mengelilingi) suatu garis lurus.
- d. Sedang dengan *Detrended Normal* Q-Q Plot, data disimpulkan terdistribusi secara normal jika titik-titik nilai data tidak membentuk pola tertentu dan terdistribusi di sekitar garis mendatar yang melalui titik nol.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas ada atau tidaknya heteroskedastisitas antara lain dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen residualnya.

3.8.4 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.8.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan dengan cara menyusun data untuk ditafsirkan sehingga dapat diberikan gambaran yang jelas mengenai fakta– fakta dan sifat serta hubungan–hubungan antar fenomena yang sedang diteliti.

3.8.5 Uji Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah metode regresi linear sederhana dengan persamaan umum :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = *Error* (Tingkat Kesalahan)

3.8.5.1 Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel independen, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

Kriteria Pengambilan Keputusan adalah sebagai berikut :

Hipotesis:

- a. H_0 : Tidak ada hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- b. H_1 : Ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a). H_0 diterima atau H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$.
- b) H_0 ditolak atau H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.8.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (Kualitas Pelayanan) menjelaskan variasi dalam variabel terikat (Kepuasan Pelanggan). Jika R^2 semakin mendekati 1 maka berarti kemampuan variasi variabel Uji-t digunakan untuk

membuktikan hipotesis tentang pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Emerald Garden Hotel.