

KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS FISIK, DAN PEROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL ANEKA LOVINA VILLAS & SPA

Ni Luh Nurkariani¹, Komang Yushi Hermawati²
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma²

Email: nurkariani68@gmail.com¹, hayyushi@gmail.com²

Artikel info

Keywords:
*Service Quality; Physical
Facilities; Promotion.*

Abstrack. *The purpose of this study was to determine the effect of service quality, physical facilities and promotions on consumer satisfaction at Aneka Lovina Villas & Spa Hotel. This research was conducted at Aneka Lovina Villas & Spa hotel with the observed population were all visitors of Aneka Lovina hotel. As many as 94 people were drawn from guests or visitors who have used Aneka Lovina Hotel services randomly (random sampling technique). Data collected by giving questionnaires to the sample. The data obtained were analyzed by multiple linear regression with the help of IBM SPSS 25. Based on the results of data analysis obtained the relationship between independent and dependent variables as follows $Y = 2.804 + 0.244 X1 + 0.406 X2 + 0.080 X3$. Partially, service quality influences customer satisfaction with a t value of 10,193, physical facilities affect customer satisfaction with a t value of 5,561, and promotion influences customer satisfaction with a t value of 2,369. Simultaneously variable service quality, physical facilities and promotions significantly influence customer satisfaction with an F value of 175,830.*

Abstrak. *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Aneka Lovina Villas & Spa. Penelitian ini dilakukan di hotel Aneka Lovina Villas & Spa dengan populasi yang diamati adalah seluruh pengunjung hotel Aneka Lovina. Jumlah sampe dalam sebanyak 94 orang yang diambil dari tamu atau pengunjung yang pernah menggunakan jasa Hotel Aneka Lovina secara acak (teknik random sampling). Data dikumpulkan dengan memberi Quisioner kepada sampel. Data yang diperoleh dianalisis dengan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS 25. Berdasarkan hasil analisi data diperoleh hubungan antar variable bebas dan terikat sebagai berikut $Y = 2,804 + 0,244 X1 + 0,406 X2 + 0.080 X3$. Secara partial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t sebesar 10.193, fasilitas fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t sebesar 5.561, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t sebesar 2.369. Secara simultan variable kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F sebesar 175, 830.*

Corresponden author:

Email:
nurkariani68@gmail.com
hayyushi@gmail.com

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan jumlah Hotel yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan menjadi sangat ketat. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh pengunjung sebanyak-banyaknya. Sebagai salah satu instansi yang bergerak di bidang jasa dan mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sudah sesuai dengan harapan, maka perusahaan berusaha untuk lebih focus terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumennya.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2009) Jadi kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Persaingan yang ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, melihat hal tersebut maka pengelola harus lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara mengetahui pelayanan seperti apa yang diinginkan dan fasilitas apa saja yang akan diberikan.

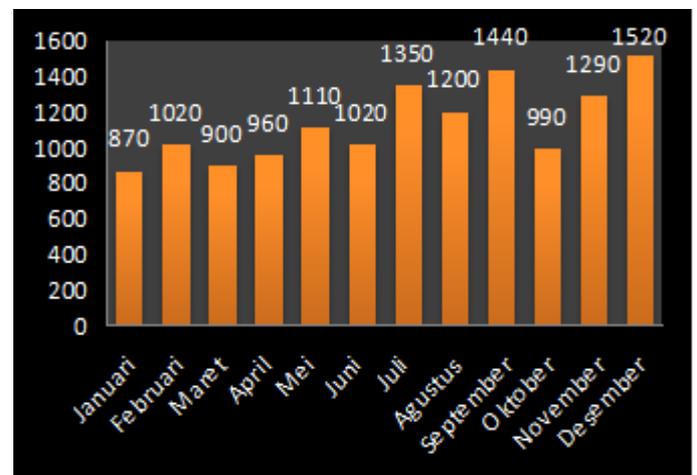
Kualitas produk harus didahulukan karena kalau produk tidak baik, tidak akan dibeli orang. Tanpa adanya proses komunikasi yang baik, produk tidak akan dikenal oleh konsumen. Oleh karena itu banyak perusahaan yang melakukan promosi untuk memperkenalkan dan membujuk konsumen untuk mengkonsumsi produknya. Promosi merupakan salah satu variable

Berdasarkan tabel di atas terlihat berdasarkan pengamatan yang ada di lapangan, tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) ini mengalami kenaikan dan penurunan tiap bulannya. Pada bulan Januari jumlah konsumen yang

dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa (Lupioyadi, 2013) Faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan konsumen. Menurut (Sumayang, 2003) fasilitas adalah penyedia perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan terhadap konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Semua ini mendorong pihak manajemen perusahaan untuk mendapatkan informasi dari konsumen sebagai masukan agar kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan promosi yang ada pada Hotel Aneka Lovina Villas & Spa sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Rata-rata perbulan tamu yang menginap pada Hotel Aneka Lovina Villas & Spa yaitu sebanyak 75% dari total kamar yang tersedia yaitu 59 kamar (24 kamar standard an 35 kamar cottage). Tingginya tingkat persaingan hotel yang ada di kota Singaraja mempengaruhi tingkat penyewaan kamar di Hotel Aneka Lovina Villas & Spa, seperti terlihat pada table berikut :

Gambar 1.1
Jumlah Penyewa Kamar Tahun 2019



menginap sebanyak 870 Orang sedangkan pada bulan Februari terjadi peningkatan menjadi 1020 orang di bulan Maret mengalami penurunan menjadi 900

orang, pada bulan April terjadi peningkatan menjadi 960 orang, pada bulan Mei lebih meningkat menjadi 1110 orang, sedangkan pada bulan Juni terjadi Penurunan menjadi 1020 orang, di bulan Juli meningkat menjadi 1350 orang, di bulan Agustus menurun kembali menjadi 1200 orang dan pada bulan September meningkat menjadi 1440 orang, bulan Oktober terjadi penurunan drastis menjadi 990 orang, dan pada bulan November meningkat menjadi 1290 orang dan dibulan terakhir yaitu Desember terjadi peningkatan menjadi 1520 orang. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan kamar pada Hotel Aneka belum maksimal dimana terjadi kenaikan dan penurunan tiap bulannya.

Berdasarkan yang apa telah di uraikan di atas, belum maksimalnya tingkat hunian pada hotel Aneka Lovina Villas & Spa menunjukkan bahwa pelayanan jasa yang dilakukan pihak hotel Aneka Lovina Villas & Spa merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dan lebih ditingkatkan lagi untuk mencapai suatu tingkat kepuasan konsumen. Pihak hotel Aneka Lovina Villas & Spa dalam melakukan promosi yaitu lebih fokus ke instansi atau perusahaan yang sekiranya membutuhkan jasa penginapan. Di media cetak dan media elektronik memang dilakukan promosi, akan tetapi promosi yang dilakukan berbeda dengan apa yang dilakukan kepada pihak instansi atau perusahaan. Padahal, bisa jadi apabila promosi yang dilakukan sama gencarnya, bukan tidak mungkin *occupancy rate* akan meningkat.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS FISIK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL ANEKA LOVINA VILLAS & SPA**”.

METODOLOGI PENELITIAN

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Hotel Aneka Lovina Villas & Spa yang beralamat di Jl. Raya Kalibukbuk Lovina Beach, Kalibukbuk,

Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Data primer dalam penelitian ini adalah data mengenai Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen yang diperoleh melalui pembagian atau penyebaran daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diberikan kepada konsumen. Sedangkan Data sekunder dalam penelitian ini meliputi bahan-bahan yang berhubungan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Angket (kuesioner). Adapun populasi yang digunakan adalah pengunjung Hotel Aneka Lovina Villas & Spa. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menginap pada Hotel Aneka Lovina Villas & Spa sehingga dapat melakukan pengisian terhadap angket yang diberikan. Disamping itu usia responden antara 17-50 tahun. Jumlah minimal sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 94 orang konsumen.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Uji pendahuluan dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas serta uji asumsi klasik. Jika sudah memenuhi valid dan reliabel selanjutnya melakukan analisis Regresi Linier Berganda dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi kualitas pelayanan

b₂ = koefisien regresi fasilitas fisik

b₃ = koefisien regresi promosi

X₁ = variable kualitas pelayanan

X₂ = variable fasilitas fisik

X₃ = variable promosi

Selanjutnya untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini di gunakan dengan menggunakan uji Uji Silmutan (Uji F) dan Uji Parsial (Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner sebanyak 94 lembar yang kembali

dengan lengkap dan layak untuk dilakukan pengujian. Uji pendahuluan yaitu menguji valid dan reliabel dengan menggunakan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil pengujian Vaaliditas keseluruhan item yang diujikan dari variabel yang diteliti menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,202) yang artinya semua indicator tersebut valid. Hasil pengujian reliabilitas semua variabel yang diteliti memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60 yang artinya reliabel.

Uji selanjutnya yaitu Uji Asumsi Klasik , berdasarkan hasil uji Normalitas menunjukkan nilai sig. (2-tailed) diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolonieritas dinilai dari nilai Tolerance untuk semua variable independent (bebas) bernilai lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF untuk semua variable dependent (bebas) lebih kecil dari 10 maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model regresi. Hasil Uji Autokolerasi dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson adalah sebesar 2,070. Nilai ini berada diantara 1,7306 dan 2,2694 (du (1,7306) < 2,070 < 4-du (2,2694)), maka berdasarkan pada kriteria pengujian atau pengambilan keputusan maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi dalam model regresi. Hasil uji heterokedastisitas menggambarkan titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), disamping itu titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan hasil analisis ini dan keriterian pengmbilan keputusan maka dapat ditarik kesimpulan bawah tidak ada gejala heterokedastisitas.

Berdasarkan table di atas maka dapat dibuat persamaan model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,804 + 0,244 X1 + 0,406 X2 + 0.080 X3$$

Tabel 5.18
Hasil Analisis Uji Partial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.804	3.194		0.878	0.382
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.244	0.024	0.600	10.193	0.000
	Fasilitas Fisik (X2)	0.406	0.072	0.321	5.651	0.000
	Promosi (X3)	0.080	0.034	0.115	2.369	0.020

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan pembahasannya sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara partial kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel Aneka Lovina berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan fasilitas hotel tersebut. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 10,193 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t_{hitung} (10,193) lebih besar dari t_{tabel} (1,990) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina. Nilai t yang diperoleh dalah bernilai positif, yang mana berarti pula bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sehingga dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina.

Besaran kontribusi dari kualitas pelayanan hotel Aneka Lovina terhadap Kepuasan konsumen secara partial adalah sebesar 53,6% dan ini merupakan factor paling dominan yang mempengaruhi

kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina. Berdasarkan hasil penelitian berdasarkan bersebaran data tabulasi kuisioner juga diperoleh bahawasannya 84% konsumen setuju dengan statemen bahwa kuliatas pelayanan hotel aneka lovina dalam kategori baik sedangkan sisanya hanya 16% yang menyatakan tidak setuju dengan statemen bahwa kualitas pelayanan hotel aneka lovina dalam kategori baik. Hal ini menandakan secara umum bisa dikatakan bahawa kuliatas pelayanan hotel aneka lovina sudah termasuk dalam kategori yang baik. Dengan kualitas layanan yang baik ini tentunya akan meberikan kepuasan kepada konsumen hotel Aneka Lovina (Berdasarkan Uji Partial) yang nantinya akan berdampak pada kunjungan wisatawan yang hendak menggunakan jasa dari hotel Aneka Lovina ini. Tidak menutup kemungkinan konsumen akan menggunakan Kembali jasa hotel ini ketika mereka hendak berlibur atau untuk kegiatan lainnya. Oleh karena besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan bersifat positif terhadap kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina maka diharapkan kedepannya agar kualitas pelayanan yang sudah tergolong baik ini terus dipertahankan dan di tingkatkan Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Masloman, Lumanauw, and Trang 2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan juga penelitian yang dilakukan oleh (Nurhanifah and Sutopo 2014) yang mana berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara partial Fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel Aneka Lovina berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan fasilitas hotel tersebut. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,651 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t_{hitung} (5,651) lebih besar dari t_{table} (1,990) dan nilai signifikansi lebih

kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Fisik (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina.

Nilai t yang diperoleh dalah bernilai positif, yang mana berarti pula bahwa fasilitas fisik memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sehingga dengan adanya peningkatan fasilitas fisik akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina begitu juga sebaliknya. Fasilitas fisik yang dimiliki oleh hotel Aneka Lovina memberikan kontribusi sebesar 26,2 % terhadap kepuasan konsumennya. Artinya dengan adanya pasilitas fisik yang baik ini akan semakin menambah kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Moha and Loindong 2016) dimana berdasarkan hasil penelitiannya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Lumentut and Palandeng 2014) tentang pengaruh Fasilitas, Servicescape, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado, diamana hasil penelitian menunjukan bahwa fasilitas dan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Fasilitas fisik yang dimiliki oleh hotel aneka lovina tergolong dalam kategori yang baik dan lengkap, hal ini dibuktikan dengan presentase yang konsumen yang setuju dengan stemen bahwa fasilitas fisik yang dimiliki oleh hotel Aneka Lovina dalam dalam kategori baik lengkap sesuai standar mencapai 92% dan hanya 8% yang tidak setuju dengan statemen tersebut. Ini menandakan bahwa fasilitas fisik yang dimiliki oleh hotel Aneka lovina cukup memadai dan dapat digunakan oleh

konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini harus terus dipertahankan dan ditingkatkan agar nantinya semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi merupakan faktor penting dalam usaha pemasaran, suatu usaha untuk menarik minat konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara partial variabel promosi yang dilakukan oleh pihak hotel Aneka Lovina berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa hotel tersebut. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 2,369 dengan nilai signifikansi 0,020. Karena nilai thitung (2,369) lebih besar dari ttable (1,990) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan konsumen hotel aneka Lovina.

Nilai t yang diperoleh adalah bernilai positif, yang mana berarti bahwa promosi yang dilakukan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sehingga dengan adanya peningkatan promosi akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina. Dengan kata lain semakin baik promosi yang dilakukan oleh pihak hotel Aneka Lovina maka berakibat pada semakin meningkatnya kepuasan konsumen. Besaran kontribusi dari

promosi yang dilakukan hotel Aneka Lovina terhadap Kepuasan konsumen secara partial adalah sebesar 5,90 %. Meskipun kontribusinya tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan dua variabel lainnya yang diteliti namun promosi tetap memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Handoko 2017) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Promosi terhadap Kepuasan konsumen. Selain itu hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lasander 2013) yang berjudul Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Promosi yang dilakukan oleh Hotel Aneka Lovina memberikan gambaran kepada konsumen tentang keadaan hotel, penggambaran yang tepat dalam promosi akan memberikan nilai tambah dan kepuasan kepada konsumen tentang hotel tersebut, konsumen akan merasa puas ketika apa yang tertuang pada media promosi sama dengan apa yang konsumen temui ketika berada di hotel. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa promosi yang dilakukan oleh Hotel Aneka Lovina tergolong baik dalam artian menarik dan bermanfaat. Hal ini dibuktikan dengan besarnya presentase yang setuju dengan statemen bahwa promosi yang dilakukan menarik dan bermanfaat sebesar 78% dan sisanya sebesar 22% yang tidak setuju.

4. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian di hotel Aneka Lovina tentang pengaruh

Kualitas pelayanan (X1), Fasilitas Fisik (X2) dan Promosi (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), diperoleh hasil bahwasannya secara simultan ketiga variabel independent yaitu kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} yang diperoleh dari pengujian sebesar 175,830 lebih besar dari F_{table} (2,70) dengan nilai sig, 0,000.

Secara simultan ketiga variabel independent memberikan kontribusi sebesar 85,4% terhadap kepuasan konsumen hotel Aneka Lovina. Dengan melihat besarnya ketiga variabel independent ini berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengunjung hotel aneka lovina maka sudah seharusnya ketiga variabel ini menjadi perhatian khusus bagi pihak pengelola hotel. Pihak pengelola hotel hendaknya mampu untuk mempertahankan kualitas ketiga variabel tersebut dan kedepannya agak terus ditingkatkan, karena berdasarkan hasil penelitian ini ketiga komponen itu sangat memengaruhi kepuasan konsumen pengunjung Hotel Aneka Lovina. Jika kepuasan pengunjung meningkat maka kedepannya akan besar kemungkinan untuk pengunjung datang kembali dan memanfaatkan jasa Hotel dan tentunya ini akan memberikan pendapatan yang lebih pada hotel Aneka Lovina. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hapsari (2015) yang menjelaskan Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Semesta Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data penelitian yang dilakukan maka didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan hotel Aneka Lovina berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumennya, dengan hasil pengujian dimana nilai t_{hitung} (10,193) lebih besar dari t_{table} (1,990) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Fasilitas fisik hotel Aneka Lovina berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil pengujian dimana t_{hitung} (5,651) lebih besar dari t_{table} (1,990) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. Promosi hotel Aneka Lovina berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil pengujian dimana nilai t_{hitung} (2,369) lebih besar dari t_{table} (1,990) dan nilai signifikansi 0,020 lebih kecil dari 0,05.
4. Secara simultan (bersama) kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini bisa dilihat dari hasil secara simultan (uji F) dimana nilai F_{hitung} (175,830) lebih besar dari F_{table} (2,70) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pihak Pengelola hotel hendaknya berusaha untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan hotel. Dengan pelayanan yang maksimal maka akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen
 - b. Fasilitas fisik yang ada di hotel hendaknya terus di jaga, dirawat dan diperbaharui. Karena dengan kualitas dan ketersediaan fasilitas fisik yang baik tentunya akan menambah kepuasan bagi konsumen
 - c. Promosi yang dilakukan juga hendaknya lebih digencarkan dan sesuai dengan realita hotel untuk menarik pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan bukan kekecewaan.

2. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini bisa dijadikan dasar untuk melakukan penelitian yang lebih besar lagi. Namun penelitian ini masih terbatas pada tiga variabel yakni kualitas pelayanan, fasilitas fisik dan promosi sehingga diharapkan penelitian selanjutnya bisa menambah variabel atau sampel sehingga penelitian menjadi lebih valid dan bermakna.

“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang).”

DAFTAR RUJUKAN

- Handoko, Bagus. 2017. “Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 18(1): 61–72.
- Hapsari, Respati Mengayu. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang.”
- Lasander, Christian. 2013. “Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(3).
- Lumentut, Faris L, and Indrie D Palandeng. 2014. “Fasilitas, Servicescape, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald’s Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(3).
- Masloman, Mirna, Bode Lumanauw, and Irvan Trang. 2015. “Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(4).
- Moha, Sartika, and Sjendry Loindong. 2016. “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4(1).
- Nurhanifah, Anik, and Sutopo Sutopo. 2014.