

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL PATUNO RESORT DI KABUPATEN WAKATOBI**

**Sahyunu<sup>1</sup>, La Ode Abdul Manan<sup>2</sup>, Rasidin Utha<sup>3</sup>, Wa Ode Fani Aysawa<sup>4</sup>**  
[laodeabdulmanan9@gmail.com](mailto:laodeabdulmanan9@gmail.com)

### **Abstrak**

Sektor pariwisata merupakan sektor andalan perekonomian Kabupaten Wakatobi. Salah satu sarana wisata yang memegang peranan penting bagi kenyamanan wisatawan adalah usaha jasa akomodasi. Pembangunan jasa akomodasi khususnya Patuno Resort di Wakatobi berkembang dengan sangat pesat. Semakin bertambahnya jumlah usaha dibidang Resort khususnya akomodasi mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha diantaresort-resort dalam menjual produk dan jasa Resortnya. Di pulau Wangi-wangi, Patuno Resort adalah Resort yang terkenal. Dengan pemandangan teluk yang menakjubkan, kompleks penginapan mewah ini, wajib dikunjungi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Patuno Resort di Kabupaten Wakatobi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh variabel kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel kualitas layanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien determinan sebesar 0,543 atau sebesar 54,35%. Saran penelitian ini yaitu hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap kalitas kualitas layanan pada patuno resort dalam membangun kepuasan pelayanan.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan**

### **Abstarct**

The tourism sector is the mainstay sector of the Wakatobi Regency economy. One of the tourist facilities that plays an important role in the comfort of tourists is the accommodation services business. The development of accommodation services, especially the Patuno Resort in Wakatobi, is growing very rapidly. The increasing number of businesses in the resort sector, especially accommodation, has resulted in increasingly high business competition among resorts in selling their resort products and services. On Wangi-wangi Island, Patuno Resort is a famous resort. With stunning views of the bay, this luxury accommodation complex is a must-visit. The aim of this research is to determine and analyze the influence of service quality on customer satisfaction at the Patuno Resort Hotel in Wakatobi Regency. This research uses quantitative research methods. The results of multiple linear regression analysis to see the influence of the service quality variable (X) on customer satisfaction (Y) can be concluded that there is a significant positive influence between the service quality variable (X) on the customer satisfaction variable (Y) with a determinant coefficient value of 0.543 or 54.35%. The suggestion of this research is that the results of the research can be used as evaluation material for the quality of service at Patuno Resort in building service satisfaction.

**Keyword : Service Quality, Customer Satisfaction**

## 1. Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan sektor andalan perekonomian Kabupaten Wakatobi. Salah satu sarana wisata yang memegang peranan penting bagi kenyamanan wisatawan adalah usaha jasa akomodasi. Pembangunan jasa akomodasi khususnya Hotel Patuno Resort di Wakatobi berkembang dengan sangat pesat. Semakin bertambahnya jumlah usaha dibidang Resort khususnya akomodasi mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha diantara resort-resort dalam menjual produk dan jasa Resortnya. Demi bertahan di tengah persaingan yang ketat, pengusaha Resort akan selalu berupaya menciptakan kepuasan tamu melalui peningkatan kualitas layanan. Kualitas layanan Resort di Wakatobi sudah dikenal dengan baik melalui keramah-tamahannya. Agar dapat mempertahankan kualitas layanan tersebut harus terus melakukan pembenahan disektor pariwisata, utamanya sumber daya manusia (SDM) sebagai pelaku pariwisata agar dapat memberikan layanan terbaik sehingga dapat terus menarik para wisatawan. Pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas layanan. Menurut Sunyonto (2015:275) menjadi organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin meningkatnya kualitas hidup. Namun, sebelum dapat menentukan kualitas seperti apa yang akan ditawarkan kepada konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen, suatu Resort dituntut harus mampu memantau persepsi konsumen yang merupakan target pasarnya. Kepuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen (Cravens, 2006:30).

Resort merupakan penginapan yang terletak dilokasi wisata dan menawarkan fasilitas untuk liburan, relaksasi, perjalanan bisnis, dan keperluan lainnya. Umumnya dirancang untuk pengunjung yang ingin bersantai dalam liburan panjang atau yang berkunjung untuk kesenangan dan menginginkan perubahan dari rutinitas normal dan berada di luar pusat kota. Alhasil, penginapan harus mampu memberikan fasilitas liburan, menciptakan rasa rileks, dan keluar berdasarkan rutinitas memanfaatkan potensi alam yang ada, serta menularkan keunikan budaya daerah (Kemenpar, 2013). Pariwisata terdiri dari dua kata: pari dan wisata. Pari berarti “berkali-kali”, “berputar-putar” atau “lengkap”. Pariwisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan, yang dalam konteks ini identik dengan istilah bahasa Inggris “revel” berdasar premis ini, istilah “ pariwisata” dapat juga

diartikan sebagai perjalanan yang diulang-ulang dari satu lokasi ke lokasi lain dalam bahasa Inggris, yang juga dikenal dengan istilah “*Tour*” (Youti, 1991:103). Wisatawan berduyun-duyun ke Wakatobi karena pemandangan bawah lautnya menakjubkan. Daya pikat nuansa tropis membuat wisatawan ingin tinggal lebih lama. Hotel Patuno Resort salah satu Resort di Wakatobi, juga menyediakan pemandangan yang menakjubkan dan berbagai aktivitas yang menebarkan. Hotel Patuno Resort terletak di Jalan Raya Ir. Soekarno No. 1. Resort ini memiliki 71 kamar yang terbagi dalam tiga kategori: executive suite memiliki 5 kamar, suite memiliki 28 kamar, dan superior memiliki 38 kamar.

Di pulau Wangi-wangi, Hotel Patuno Resort adalah Resort yang terkenal. Dengan pemandangan teluk yang menakjubkan, kompleks penginapan mewah ini, wajib dikunjungi. Para tamu dapat bersantai dipantai atau berenang sambil menikmati keindahan alam tersebut. Fenomena yang terjadi di Hotel Patuno Resort dari segi kualitas layanan, di mana layanan cukup baik, staff dapat melayani dengan baik, memiliki desain kamar yang menarik, kebersihan, kenyamanan kamar, ramah kepada setiap pelanggan yang datang, karyawan dapat membantu dengan apapun pelanggan ingin. Hotel Patuno Resort mendapat manfaat dari komunikasi yang kuat karena dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan dan keinginan kliennya. Karyawan memberikan layanan yang kompeten, dapat diandalkan, dan dapat dipercaya. Hanya saja Hotel Patuno Resort memiliki tenaga kerja yang sedikit dan letaknya jauh dari pusat kota, sehingga warga sekitar yang ingin mengunjungi Hotel Patuno Resort hanya dapat melakukannya pada jam-jam tertentu.

## **2. Method**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Pengertian deskriptif memusatkan perhatian pada saat penelitian berlangsung. Dengan penelitian deskriptif peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Variabel yang diteliti bias tunggal (satu variabel) bisa juga lebih dari satu variabel. Dengan pendekatan kuantitatif penelitian ini berusaha membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana

variabel bebas (independen variabel) yaitu kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat (dependen variabel) yaitu kepuasan pelanggan pada Patuno Resort

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Patuno Resort bertempat di Jalan Ir. Soekarno No.1 Kecamatan Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi Provinsi Sulawesi Tenggara. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan dari bulan Maret sampai dengan bulan Mei setelah seminar proposal dilaksanakan dan izin penelitian diperoleh.

### **C. Skala Pengukuran**

Skala yang digunakan dalam pengukuran variabel ini adalah skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sifat, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial. Dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item pernyataan (Suprianto dan Maharani, 2013:43). Dalam produser likert sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden berada dalam satu kontinum yang diberi bobot sesuai dengan item dan dalam penelitian ini bobotnya adalah 1 sampai 5. Contoh jawaban yang digunakan dalam kuisioner penelitian ini adalah:

Tabel 1. Skala Pengukuran Bobot/Skor Jawaban Responden

<b>No.</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Kode</b>	<b>Bobot</b>
1.	Sangat tidak setuju	STS	1
2.	Tidak setuju	TS	2
3.	Kurang setuju	KS	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat setuju	SS	5

### **D. Populasi**

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Patuno Resort selama pelaksanaan penelitian ini. Sebagaimana hasil wawancara dengan manajer Hotel Patuno Resort pada tanggal 22 Maret 2023 bahwa rata-rata jumlah pelanggan tiap bulan adalah 75 orang. Sehingga bila penelitian dilaksanakan selama dua bulan maka populasi penelitian ini diperkirakan berjumlah 150 orang.

## E. Sampel

Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari seluruh pelanggan Hotel Patuno Resort selama dua bulan. Jumlah sampel dihitung menggunakan metode Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n = Sampel

N = Populasi yaitu jumlah pelanggan pada Patuno Resort

e = Nilai kritis (10%)

Dengan demikian, maka besarnya sampel dalam penelitian ini dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{150}{1+150(0.1)^2} \\&= \frac{150}{1+150(0.1)} \\&= \frac{150}{1+3} \\&= \frac{150}{4} \\&= 75\end{aligned}$$

Jumlah sampel penelitian ini ditetapkan menjadi 75 responden. Selanjutnya untuk mempermudah penelitian ini maka prosedur pengambilan sampel digunakan teknik double sampling yaitu suatu teknik sampling yang merupakan kombinasi dari dua teknik sampling yang digunakan sekaligus pada suatu penelitian. Kedua teknik sampling tersebut adalah stratified sampling dan insidental sampling.

Di tahap pertama dari penggunaan dua teknik tersebut yaitu menggunakan teknik stratified sampling dimana menentukan strata dari populasi yang ada, dalam hal ini menentukan jenis kamar yang dipilih secara stratified berdasarkan konsultasi dengan Manager Hotel Patuno Resort. Berdasarkan hasil konsultasi tersebut maka ditentukan 3 tipe kamar yaitu type deluxe, type primer dan type balkon. Selanjutnya pada tahap kedua menggunakan teknik *incidental sampling* yaitu penentuan atau pemilihan sampel sebagai responden dengan memilih peserta yang kebetulan ditemui di Hotel Patuno Resort.

## F. Uji Hipotesis

### a) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat, kemudian sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Bila koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati maka model dianggap baik. Gujarati (1995:131) dalam Ekaningsih dan Ulfa (2015).

### b) Uji Statistik t

Digunakan untuk mengukur berapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dan menerangkan variasi variabel terkait. Jika nilai signifikan t 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel tersebut.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### A. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan pada item-item pertanyaan dari kuesioner penelitian untuk melihat korelasi antar pertanyaan dan melihat kekonsistenan item-item pertanyaan pada kuesioner penelitian yang telah disusun oleh peneliti. Kuesioner penelitian dapat dilihat pada lampiran 1. Pada penelitian ini uji validitas dan uji reliabilitas dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

### B. Uji Validasi

Suatu item pertanyaan kuesioner dikatakan valid apabila koefisien korelasi (pearson correlation) adalah positif, dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan Tarif Signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05. Nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan  $N = 75$  dan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05, maka nilai  $r_{tabel}$  adalah sebesar 0,227. Hasil uji validitas variabel kualitas layanan (X) dapat dilihat pada Lampiran 4 dan hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada Lampiran 5 yang telah dirangkum pada

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Hasil	Kesimpulan
Bukti Fisik	P1	0.460	0.227	$0.460 > 0.227$	Valid

Indikator	Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Hasil	Kesimpulan
Keandalan	P2	0.421	0.227	0.421 > 0.227	Valid
	P3	0.500	0.227	0.500 > 0.227	Valid
	P1	0.350	0.227	0.350 > 0.227	Valid
	P2	0.385	0.227	0.385 > 0.227	Valid
	P3	0.371	0.227	0.371 > 0.227	Valid
	P1	0.531	0.227	0.531 > 0.227	Valid
Kesiagapan	P2	0.517	0.227	0.517 > 0.227	Valid
	P3	0.711	0.227	0.711 > 0.227	Valid
	P1	0.424	0.227	0.424 > 0.227	Valid
Jaminan	P2	0.456	0.227	0.456 > 0.227	Valid
	P3	0.832	0.227	0.832 > 0.227	Valid
	P1	0.483	0.227	0.483 > 0.227	Valid
Empati	P2	0.566	0.227	0.566 > 0.227	Valid

Tabel 2 di atas menunjukkan hasil uji validitas item-item pertanyaan dari kuesioner penelitian variabel kualitas layanan (X) dengan banyaknya responden sebanyak 75 orang. Hasil menunjukkan bahwa keseluruhan pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ , sehingga disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner penelitian variabel kualitas layanan (X) adalah valid. Hasil pengolahan data yang dilakukan diperoleh nilai  $r_{hitung}$  yang paling tinggi sebesar 0,832 dan paling sebesar 0,350. Pernyataan ini dikatakan valid karena  $0,832 > 0,227$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), sebaliknya nilai  $r_{hitung}$  yang paling rendah nilainya adalah  $0,350 > 0,227$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).

### C. Uji Reabilitas

Jika suatu kuesioner penelitian telah terbukti valid, maka realibilitas kuesioner penelitian tersebut perlu diuji keandalannya atau kekonsistennannya. Untuk mengukur reliabilitas caranya adalah dengan membandingkan nilai r tabel dan r hasil. Dalam uji reliabilitas sebagai nilai r hasil adalah nilai alpha dengan ketentuan apabila  $r_{alpha} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut reliabilitas. Nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan  $N = 75$  dan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05, maka nilai  $r_{tabel}$  adalah sebesar 0,227. Hasil uji reliabilitas variabel kualitas layanan (X) dapat.

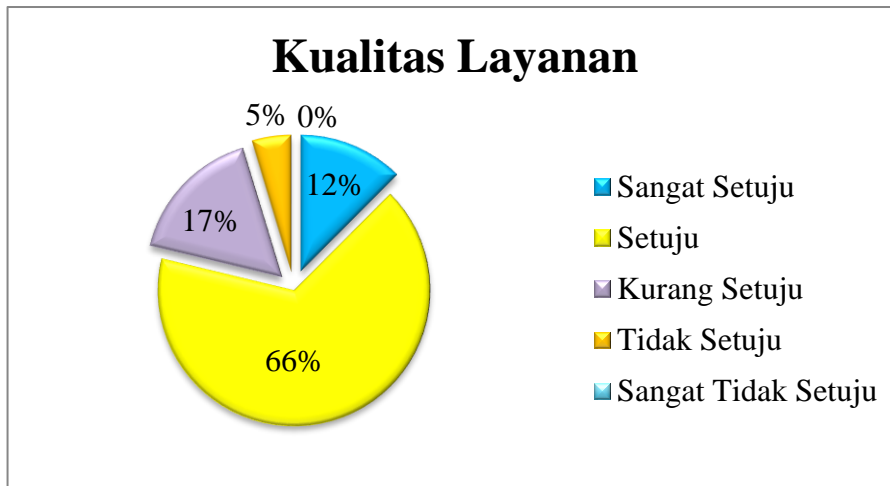
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Hasil	Kesimpulan
Bukti Fisik	P1	0.759	0.227	0.759 > 0.227	Reliabel
	P2	0.775	0.227	0.775 > 0.227	Reliabel
	P3	0.753	0.227	0.753 > 0.227	Reliabel
Keandalan	P1	0.774	0.227	0.774 > 0.227	Reliabel
	P2	0.764	0.227	0.764 > 0.227	Reliabel
	P3	0.763	0.227	0.763 > 0.227	Reliabel
Kesiagapan	P1	0.751	0.227	0.751 > 0.227	Reliabel
	P2	0.752	0.227	0.752 > 0.227	Reliabel
	P3	0.731	0.227	0.731 > 0.227	Reliabel
Jaminan	P1	0.759	0.227	0.759 > 0.227	Reliabel
	P2	0.757	0.227	0.757 > 0.227	Reliabel
	P3	0.706	0.227	0.706 > 0.227	Reliabel
Empati	P1	0.758	0.227	0.758 > 0.227	Reliabel
	P2	0.747	0.227	0.747 > 0.227	Reliabel

Tabel 3 diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas dari kuesioner penelitian variabel kualitas layanan (X) dengan banyaknya item pertanyaan sebanyak 14 item. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai rAlpha yang paling tinggi sebesar 0,775 dan paling rendah sebesar 0,706 dengan tingkat signifikansi 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner penelitian variabel kualitas layanan (X) adalah reliabel. Seluruh item pertanyaan dikatakan reliabel karena nilai rAlpha lebih besar dari rtabel (0,227).

#### D. Kualitas Layanan

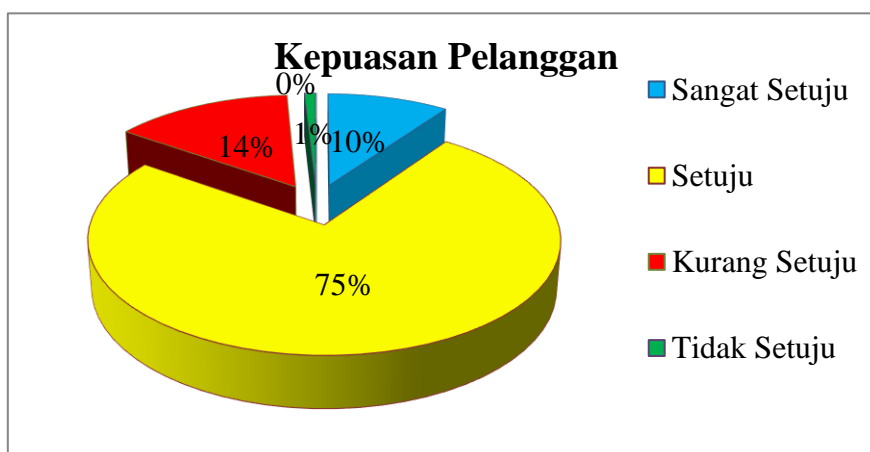
Gambar 1 menunjukkan jawaban dari hasil penilaian kualitas layanan menggambarkan bahwa penilaian didominasi dengan nilai dengan kategori setuju pada diagram berwarna kuning yaitu 66%, kemudian diikuti dengan penilaian kategori kurang setuju pada diagram berwarna ungu sebesar 17%, kemudian diikuti oleh penilaian dengan kategori sangat setuju dan tidak setuju pada diagram berwarna biru dan orens, yaitu masing-masing sebesar 12% dan 5%. Sedangkan untuk penilaian yang sangat tidak setuju memiliki nilai persentase sebesar 0%.



Gambar 1. Penilaian Tingkat Kualitas Layanan

### E. Kepuasan Pelanggan

Gambar 2 menunjukkan jawaban dari hasil penilaian kepuasan pelanggan hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian didominasi dengan nilai dengan kategori setuju pada diagram berwarna kuning yaitu 75%, kemudian diikuti dengan penilaian kategori kurang setuju pada diagram berwarna merah sebesar 14%, kemudian diikuti oleh penilaian dengan kategori sangat setuju dan tidak setuju pada diagram berwarna biru dan warna hijau yaitu masing-masing sebesar 10% dan 1%. Sedangkan untuk penilaian yang sangat tidak setuju memiliki nilai persentase sebesar 0%.



Gambar 2. Penilaian Tingkat Kepuasan Pelanggan

### E. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel kualitas layanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Coefficient		
		B		Beta		
1	(Constant)	38.825	7.262		5.346	.000
	Kualitas Layanan	1.246	.134	.737	9.309	.000

Tabel 4 menunjukkan hasil analisis regresi linear sederhana dimana diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 38,825 dan koefisien regresi variabel (b) sebesar 1,246, sehingga dapat dituliskan persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 38,825 + 1,246X$$

Persamaan regresi linear tersebut dapat dijelaskan bahwa apabila kualitas layanan tetap maka kepuasan pelanggan sebesar 38,825, dan apabila kualitas layanan meningkat 1% maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 1,124. Nilai koefisien regresi variabel bernilai positif, hal ini berarti bahwa hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan searah, artinya bahwa apabila kualitas layanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya apabila kualitas layanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun juga.

#### F. Koefisien Determinan

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan pengaruh variabel kualitas layanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), kemudian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model. Bila koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati maka model dianggap baik.

Tabel 5. Koefisien Determinan

Model	R	Adjusted R		Std. Error of the Estimate
		R Square	Square	
1	.737 <sup>a</sup>	.543	.537	4.12233

Tabel 5 menunjukkan hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) dimana diperoleh nilai koefisien determinan sebesar 0,543 atau sebesar 54,3%, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 54,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

### G. Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Variabel kualitas layanan (X) dikatakan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan apabila nilai signifikan uji statistik t memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Statistik t

Variabel	Nilai Uji Statistik t	t table	Nilai Signifikansi	Hasil
Kualitas Layanan	9,309	1,666	0,000	0,000 < 0,05

Tabel 6 menunjukkan hasil uji statistik t pengaruh antara variabel kualitas layanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dimana diperoleh nilai uji statistik t sebesar 9,309, nilai tabel t sebesar 1,666 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Variabel kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 atau nilai uji statistik t 9,309 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,666.

## 4. Kesimpulan

Hasil analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh variabel kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif

dan signifikan antara variabel kualitas layanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien determinan sebesar 0,543 atau sebesar 54,3%. Pengaruh positif antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan, artinya bahwa apabila kualitas layanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya apabila kualitas layanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun juga. Nilai koefisien determinan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 54,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

## References

- Achmad, Fandy. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Servis Quality) Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Makan Maibu Malang). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Akbar, Muhammad. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampung Kidz Kota Batu) Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Ali Hasan. 2008. Manajemen Pemasaran dan Marketing. CV. Alfabeta. Bandung. 2014. Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- Amalia, Neli Muna A, dkk. 2020. Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes. Business Accounting Education Journal, Vol. 1, No.2, 170-180.
- Amiruddin Tawe. Dan R. Supalal Estihadi. 2016. Statistik dan Metodologi Penelitian Praktis yang Mudah dipahami. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Arafat, W. 2006. Manajemen Perbankan Indonesia:Teori dan Implementasi. Jakarta :Lp3es.,
- Ari S. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Santika Kuta.
- Arief. 2007. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang:Banyumedia Publishing.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. Prosedur Penelitian. Jakarta:Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta.
- Assegaf, M. (2009) . Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(2), 334-343.
- Basu Swasta Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Ini Luh Ketut Sri Sulistyawati dan Ni Putu Indah Sukmayani. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di sheraton Bali Kuta Resort. Jurnal Vol. 8 No.1.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Ketiga. Jakarta:Salemba Empat.
- Madiun, Nyoman, Mertha dan Tuwi. 2005. Dasar-Dasar Statistik. Balu:KPN Werdhi Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- Marizka, Zita Hanna & Eviatiwi Muchin Saggaf Shihab. 2016. Pengaruh Dimensi Servis Quality Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Dan Dampaknya Terhadap Behaviour Intention. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2.

- Sahyunu. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kualitas Hubungan, dan Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Wakatobi. Disertasi. Pascasarjana Universitas Haluoleo. Kendari.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Manajemen Jasa. Yogyakarta: C.V. Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality And Satisfaction Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offest.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: VC. Andi Offest.