

PENGARUH FASILITAS, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL KUSUMA PUTRI HIJAU BENGKULU UTARA

Puja Iza Makhendra⁽¹⁾ Marliza Ade Fitri⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu

marlizaade@umb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of facilities, trust and service quality on customer satisfaction at Hotel Kusuma (Case Study on Kusuma Putri Hijau Hotel Employees, North Bengkulu). This type of research uses a quantitative descriptive research method. The population used in this study are consumers who rent or stay at Hotel Kusuma. The number of respondents in this study were 85 people. The data collection method uses a questionnaire and uses analytical techniques using multiple linear regression analysis tests and hypothesis testing, namely the t test and f test. Based on the results of multiple linear regression, the regression equation $Y = 1.247 + 0.119X_1 + 0.133X_2 + 0.106X_3$ and the results of the t test and f test of this study can be concluded that facilities have a significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by the results of the t test showing the value of $t_{hit} > t_{table}$ ($2.497 > 1.989$) and ($\text{sig } \alpha = 0.01 < 0.05$). This means H_0 is rejected and H_a is accepted. Trust has a significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by the results of the t test showing the value of $t_{hit} > t_{table}$ ($2.437 > 1.989$) and ($\text{sig } \alpha = 0.03 < 0.05$). This means H_0 is rejected and H_a is accepted. Service quality has a significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by the results of the t test showing the value of $t_{hit} > t_{table}$ ($2.510 > 1.989$) and ($\text{sig } \alpha = 0.01 < 0.01$). Facilities (X_1), trust (X_2) and service quality (X_3) together have a significant effect on customer satisfaction (Y) at the Kusuma Hotel, this is evidenced by the F test showing the value of $F_{count} > F_{table}$, namely ($27.554 > 2, 72$) and ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$). This means H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: facilities, trust and service quality on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Menurut (Kotler P, 2016), fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sedangkan menurut (Daradjat, 2012), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktivitas diperusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

Menurut (Ba dan Pavlou, 2002) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Menurut (Women dan Minor, 2013), kepercayaan sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan

bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.

Menurut (Arianto, 2018) kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur – unsur, unsur – unsur kualitas pelayanan yang merupakan hasil penelitian dari teori kualitas pelayanan yaitu, bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*empathy*).

(Bahrudi M dan Zuhro S, 2016) menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Menurut (Richard Oliver, 2018), kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan bisa di implementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang berpengaruh bagi keberhasilan hotel karena dapat menciptakan kepuasan tamu hotel. Kepuasan yang di dapatkan tamu hotel dapat mendorong untuk kembali menggunakan jasa hotel tersebut atau bahkan mempromosikannya kepada orang lain sehingga menimbulkan hal yang positif bagi keberhasilan pihak hotel. Tampilan fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati yang di berikan pihak hotel dengan baik akan membuat tamu hotel merasa puas.

Seiring dengan kemajuan di dunia bisnis dan semakin meningkatnya mobilitas penduduk, maka keberadaan kelengkapan akomodasi seperti transportasi dan tempat penginapan seperti hotel atau wisma sangat dibutuhkan. Sebagai wilayah yang terus berkembang seperti halnya Kabupaten Bengkulu Utara yang merupakan daerah tujuan pengembangan bisnis. Pemasaran merupakan hal utama yang sangat diperhatikan dalam upaya mendirikan usaha. Untuk itu, sebelum memulai usaha para pengusaha perlu mengetahui situasi dan kondisi lingkungan yang menjadi sasaran usahanya.

Secara umum yang dimaksud dengan hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan dengan segala fasilitas seperti hidangan makanan dan yang lainnya untuk umum dan bertujuan komersial. Dalam keputusan menteri pariwisata, pos dan Telekomunikasi no. KM 37/PW.304/MPPT-886 (7 juni 1986) diberikan batasan pada hotel adalah sebagai jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang di kelola secara komersial.

Para tamu hotel tentunya memiliki berbagai kriteria dalam memilih tempat penginapan. Pemahaman akan kebutuhan para tamu hotel mendorong setiap manajemen dan pemilik usaha perhotelan terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Berbagai upaya dilakukan mulai dari mendidik para karyawan agar bersikap responsif dan perhatian terhadap setiap tamu hingga meningkatkan berbagai fasilitas fisik pendukung hotel mengingat akan semakin banyaknya pesaing baru yang masuk pada bisnis perhotelan.

Hotel Kusuma merupakan perpaduan sempurna antara penghematan dan kenyamanan, Properti ini menawarkan suasana yang sesuai untuk keluarga anda. Letaknya juga sangat strategis, dekat dengan Pasar Air Muring dan juga Mini Market Kusuma, serta banyak resto disekitarnya. Anda juga dapat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh hotel seperti resepsionis 24 jam dan layanan kamar. Para tamu juga dapat memesan makan malam (*food & beverage*) dengan berbagai varian menu yang telah ditentukan. Untuk menambah kenyamanan, Hotel Kusuma juga menyediakan tempat parkir yang luas dan aman. Kepuasan dan kenyamanan anda adalah yang utama.

Para pengusaha hotel bersaing untuk memikat hati konsumen. Konsumen yang bersikap positif terhadap sesuatu akan cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih yang disukainya. Sebaliknya jika konsumen bersikap negatif terhadap sesuatu, biasanya konsumen tidak hanya akan memperhitungkan itu sebagai pilihannya, bahkan tidak jarang konsumen akan

menyampaikan ketidaksukaannya tersebut kepada teman, kerabat, atau tetangganya. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ketika menentukan pilihannya, antara lain fasilitas, kepercayaan dan kualitas pelayanan dari pihak pemegang usaha itu sendiri.

Untuk itu, pihak hotel harus bisa semaksimal mungkin menjaga persepsi tamu pada tingkat kualitas pelayanan hotel dapat terbentuk dari tingkat pengetahuan, pengalaman serta tingkat kebutuhan tamu atas pelayanan yang disediakan oleh hotel tersebut. Kepercayaan yang tetap dan akan terus ditunjukkan. Dan kualitas pelayanan yang baik terbangun dari komunikasi antar pihak yang terlibat dalam pemberian pelayanan tersebut baik secara koordinasi tentang fasilitas hotel juga interaksi antar individu, juga dengan tamu. Komunikasi yang baik antar pihak hotel dan para tamu diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat tercapai suatu kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Ada banyak masalah yang menjadi faktor pertimbangan konsumen dalam memilih penginapan yang ingin disewanya dikarenakan pilihan hotel-hotel terbilang banyak, kualitas dan kenyamanannya pun juga berbeda beda. Oleh karna itu konsumen harus pintar dan bijak dalam mengambil keputusan untuk memilih produk yang di inginkan. Berikut keunggulan masing masing setiap hotel yang ada di daerah Putri Hijau dan sekitarnya :

Tabel 1.

Keunggulan Hotel Yang Ada di Daerah Putri Hijau Dan Sekitarnya

No	Nama Hotel	Keunggulan
1	Hotel Kusuma	Area parkir yang luas Free Internet dan Wifi Harga yang relatif murah Bahasa yang digunakan bisa berbahasa Inggris
2	Hotel Reddorzz Syariah	Suasana islami Free Internet dan Wifi Harga yang relatif murah Dekat dengan wisata
3	Hotel Wilo	Kamar yang modern Free Internet dan Wifi Harga yang relatif murah Dekat dengan wisata

Sumber : Observasi langsung pada masing-masing hotel

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat ada kekurangan yang dimiliki Hotel Kusuma dibanding hotel lain, yaitu suasananya, kamar yang belum termasuk kategori modern dan lumayan jauh dari area wisata.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kusuma (Studi Kasus Pada Hotel Kusuma Putri Hijau Bengkulu Utara)”.

METODE

Populasi

Menurut (Sugiyono 2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan subjek penelitian adalah konsumen / penyewa Hotel Kusuma.

Sampel

Sampel (*sample*) merupakan subset atau subkelompok populasi (Sekaran, 2006). Pada penelitian kali ini sampel menggunakan Purposive Sampling, dan yang dijadikan sebagai anggota sampel adalah konsumen yang menyewa Hotel Kusuma selama bulan Desember 2022. Hal ini dikarenakan belum diketahui jumlah pasti konsumen yang menyewa hotel di Hotel Kusuma.

Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan (Hair, 2010) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang di gunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ *observed variable* (indikator) sampai dengan $n \times 10$ *observed variable* (indikator). Dalam penelitian ini jumlah item adalah 17 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur 4 variabel, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sampel minimum} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 17 \times 5 \\ &= 85 \text{ responden} \\ &(\text{Hair, 2010}) \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dijelaskan menggunakan observasi atau mengamati secara langsung di lapnagn dan menyebar kuesioner di mana responden menerima beberapa pernyataan atau informasi tertulis. Kuesioner dalam penelitian ini akan didistribusikan kepada konsumen Hotel Kusuma.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengambilan atau pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti harus mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

Kuesioner

Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden secara acak. Menurut (Sugiyono, 2013) Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Untuk menilai tanggapan dari setiap responden, penulis menggunakan “Skala Likert” menurut (Cooper, 2008) yaitu seluruh pertanyaan yang telah dijawab dihitung bobotnya dan dijumlah seluruhnya agar dapat diketahui nilai setiap responden.

Tabel 2.
Skala Likert

No	Keterangan	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : *Sugiyono 2013*

Analisis Deskriptif

Bagian analisis ini akan membahas mengenai bentuk tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarakan kepada responden. Dari sebaran jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing

variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikonfirmasi pada tabel interval. Adapun perhitungan rata-rata dari responden menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

X = Angka rata – rata

N = Jumlah skor

$\sum x$ = Nilai responden

Hasil rata-rata jawaban responden tersebut dikonfirmasi pada interval penelitian menetapkan tentang interval penelitian tersebut. terhitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{k}$$

Keterangan:

I = Interval

R = Range (nilai tertinggi-nilai terendah)

K = Jumlah kategori

$$I = \left[\frac{5-1}{5} \right] = 0,8$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentan skala sehingga dapat ditentukan kriteria penelitian persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.
Tanggapan Responen Terhadap Variabel

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
4,20 – 5,00	Sangat Baik
3,40 – 4,19	Baik
2,60 – 3.39	Cukup Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik

Sumber : (Khomilah, 2020)

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Fasilitas (X_1) dan Kepercayaan (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat (Arikunto, 2014).

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X_1 = Fasilitas

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Kualitas Pelayanan

b_1, b_2, b_x = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variable

e = eror

Analisis Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi (R²) digubakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi variabel bebas pada model dapat diterangkan oleh variabel terikat (Khomilah, 2020). Koefisien determinasi (R²) dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisar antar $0 < R^2 < 1$. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen.

Dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossetion*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*Time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar pada pengguna koefisien determinasi adalah biasa terhadap variabel independen, maka R² pasti akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak penelitian menganjurkan untuk menggunakan Adjusted R² untuk mengevaluasi model regresi karena Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambah kedalam model (Ghozali, 2013). Dengan demikian, pada penelitian ini menggunakan nilai Adjusted R² untuk mengevaluasi model regresi.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antar variabel independen (Fasilitas, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelayanan) baik secara parsial maupun simultan.

Uji-t (parsial)

Uji hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0.05$. Uji – t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai variabel terikat dengan rumus hipotesis:

$$t = \frac{b_i}{s_{b_i}} \quad (\text{Sugiyono, 2013})$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

b_i = koefisien regresi

s_{b_i} = standar *error*

Dengan langkah pengujian sebagai berikut :

a. Perumusan Hipotesis

Ho: Fasilitas, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kusuma.

Ha: Fasilitas, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Kusuma.

b. Kriteria Pengujian

1. Jika $t_{\text{sign}} < (\alpha=0.05)$ Ho ditolak, Ha diterima, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan variabel Fasilitas (X₁), Kepercayaan (X₂) dan Kualitas Pelayanan (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Jika $t_{\text{sign}} > (\alpha=0.05)$ Ho diterima, Ha ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan variabel Fasilitas (X₁), Kepercayaan (X₂) dan Kualitas Pelayanan (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji-F (simultan)

Uji-f digunakan untuk melihat secara bersama-sama signifikansi pengaruh variabel bebas yaitu Fasilitas (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pada taraf keyakinan 95% atau $\alpha = 0.05$. Dengan rumus sebagai berikut:

$$F.test = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R)/(n-k)}$$

Adapun pengujian statistiknya menurut (Sugiyono, 2015), adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh secara signifikan secara bersama-sama antara Fasilitas (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma.

Ha: Ada pengaruh secara signifikan secara bersama-sama antara Fasilitas (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma.

2. Kriteria Pengujian

Selanjutnya hasil hipotesis di uji dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $f_{sign} < (\alpha=0.05)$ Ho ditolak, Ha diterima berarti secara bersamaan ada pengaruh variabel Fasilitas (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma.

Jika $f_{sign} > (\alpha=0.05)$ Ho diterima, Ha ditolak berarti secara bersamaan tidak ada pengaruh variabel pada Hotel Kusuma.

HASIL

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X_1)

Pada variabel pelatihan penilaian dilakukan dengan enam indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel fasilitas adalah diketahui rata-rata tertinggi mencapai angka 4,08 dengan kategori baik dan rata-rata terendahnya mencapai angka 3,94 dengan kategori baik. Sedangkan keseluruhan penilaian responden terhadap variabel fasilitas memiliki rata-rata adalah 4,01 dengan katagori baik karena fasilitas di Hotel Kusuma cukup memadai sehingga konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang ada di Hotel Kusuma.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X_2)

Pada variabel kepercayaan penilaian dilakukan dengan tiga indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan adalah diketahui rata-rata tertinggi mencapai angka 4,16 dengan kategori baik dan rata-rata terendahnya mencapai angka 4,09 dengan kategori baik. Sedangkan keseluruhan penilaian responden terhadap variabel kepercayaan adalah 4,12 dengan katagori baik karena konsumen percaya dengan karyawan Hotel Kusuma dan merasa nyaman dengan fasilitas yang ada dari Hotel Kusuma.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Adapun tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,09 yang berarti kualitas pelayanan Hotel Kusuma sudah masuk dalam kategori baik dan memiliki rata-rata terendah yaitu 3,85 yang berarti sudah masuk dalam kategori baik dalam melakukan kualitas pelayanan. Variabel kualitas pelayanan (X_3) menghasilkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,94 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah pada kategori baik karena karyawan dari Hotel Kusuma bisa menciptakan suasana komunikasi dengan baik kepada pelanggan.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada variabel kinerja karyawan penilaian dilakukan dengan tiga indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah rata-rata tertinggi dari

kepuasan pelanggan yaitu 3,83 yang berarti sudah masuk dalam kategori baik dan rata-rata terendah yaitu 3,60 yang berarti sudah masuk dalam kategori baik dalam melakukan kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan (Y) menghasilkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,75 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah pada kategori baik, karena Hotel Kusuma memberikan kenyamanan dengan fasilitas dan kualitas kerja dari karyawan Hotel Kusuma.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistic dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut pada tabel :

Tabel 4.
Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.247	1.355		1.920	.025
	X1	.119	.037	.236	2.497	.001
	X2	.133	.076	.210	2.437	.003
	X3	.106	.056	.273	2.510	.001

Sumber : Hasil Penelitian 2023
a. Dependent Variable: Y

Dari perhitungan komputer yaitu perhitungan SPSS versi *16 for windows* didapatkan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 1,247 + 0,119X_1 + 0,133X_2 + 0,106X_3$$

1. Nilai konstanta 1,247 mempunyai arti bahwa apabila variabel fasilitas, kepercayaan dan kualitas pelayanan sama dengan nol, maka variabel kepuasan pelanggan akan tetap yaitu 1,247.
2. Koefisien regresi fasilitas sebesar 0,119 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel fasilitas dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,119 dengan asumsi jika variabel kepuasan pelanggan tetap atau = 0.
3. Koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,133 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel kepercayaan dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,133 dengan asumsi jika variabel kepuasan pelanggan tetap atau = 0.
4. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,106 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,106.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan uji koefisien korelasi sebagai berikut

Tabel 5.
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.711 ^a	.505	.638	1.19140	1.967

Sumber : Hasil penelitian 2023

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 16 diketahui nilai hasil analisis adjusted R square sebesar $0.638 = 63,8\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan seluruh variabel independen (fasilitas, kepercayaan dan kualitas pelayanan) dalam memberikan kontribusi pengaruh variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar $63,8\%$ dan sisahnya $36,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut :

Tabel 6.
Uji Parsial (t-test)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.247	1.355		1.920	.025
	X1	.119	.037	.236	2.497	.001
	X2	.133	.076	.210	2.437	.003
	X3	.106	.056	.273	2.510	.001

Sumber : Hasil penelitian 2023

a. Dependent Variable: Y

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} ($n-k-1$) = $85-3-1=81$ maka mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,989. Untuk setiap variabel sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t_{hitung} untuk variabel fasilitas yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,497 > 1,989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,01 < 0,05$), menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan pada hotel kusuma.
2. Berdasarkan hasil uji t_{hitung} untuk variabel fasilitas yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,437 > 1,989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,03 < 0,05$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kepercayaan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan pada hotel kusuma.
3. Berdasarkan hasil uji t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,510 > 1,989$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,01 < 0,01$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan pada hotel kusuma.

Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji f sebagai berikut :

Tabel 7.
Uji Simultan (f-test)

		ANOVA ^b				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.332	3	39.111	27.554	.000 ^a
	Residual	114.974	81	1.419		
	Total	232.306	84			

Sumber : Hasil penelitian 2022

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji f di atas diperoleh F_{hitung} sebesar 27,554 dengan nilai F_{tabel} $85-3 = 82$, maka nilai F_{tabel} 2,72 yaitu ($27,554 > 2,72$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada konsumen atau penyewa Hotel Kusuma melalui penyebaran kuesioner terhadap 85 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh fasilitas, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kusuma.

Dilihat dari responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 62 orang responden kemudian jumlah responden perempuan sebanyak 23 orang responden. Hal ini menunjukkan yang paling dominan menyewa Hotel Kusuma adalah yang berjenis kelamin laki-laki. Dilihat dari usia responden yang menyewa Hotel Kusuma rata-rata didominasi orang yang berusia 31-40 tahun. Dilihat dari tingkat pendidikannya, yang paling menyewa Hotel Kusuma adalah orang yang tamatan SMA yaitu sebanyak 69 orang.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena dengan fasilitas yang lengkap akan membuat pelanggan merasa aman dan nyaman.

Hasil penelitian Aryo Prasetyo (2015), pengujian regresi linier berganda menghasilkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif serta pada uji hipotesis juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Maulida Putri Andari dan Edy Mulyantomo (2020) juga menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Kepercayaan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian Eka Kesuma (2015), Aryo Prasetyo (2015), Anissa Faradina (2016) pada pengujian regresi linier berganda menghasilkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif serta pada uji hipotesis juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Panca Winahyuningsih (2010) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Hotel Kusuma. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Kualitas pelayanan melalui kinerja merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan, artinya apabila semakin baik kualitas pelayanan dengan melalui kinerja untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tentunya pelanggan merasakan puas serta menumbuhkan rasa percaya atas pelayanan melalui kinerja tersebut (Oktariansyah, dkk 2017). Hasil penelitian Ririn Marisca Hasibuan, Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., ME dan Armansyah Lubis, S.E., M.M (2021) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh fasilitas, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kusuma Putri Hijau Bengkulu Utara.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kusuma Putri Hijau Bengkulu Utara..
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kusuma Putri Hijau Bengkulu Utara..
4. Secara bersama-sama fasilitas, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kusuma Putri Hijau Bengkulu Utara..

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Antari Setyawati. (2009). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Arianto. (2018). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Ba dan Pavlou. (2002). Intensitas Kepercayaan Konsumen, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Customer Chatime Di Mall Ciputra Semarang. *Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*.
- Bahrudi M dan Zuhro S. (2016). Analysis of the Effect of Service Quality, Trust, Perceived Value and Student Satisfaction on Student Loyalty. *Journal Of Manajement*.
- Cooper, S. &. (2008). Nfluence Of E-Marketing On The Performance Of Small. *International Journal of Business & Law Research*.
- Danesh, Nasab dan Ling. (2012). Pengaruh Hambatan Berpindah, Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Pada Pt Coffee Toffee Indonesia Di Surabaya. *Perbanas Surabaya*.
- Daradjat. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan pramusaji dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di capil beach grill and bar. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*.

- Diza, Moniharapon dan Ogi. (2016). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan cv mitra perkasa utomo. *Agora*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. (2010). PLSSEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing*, 139-152.
- Khomilah. (2020). Pengaruh Promosi, Atribut Toko (Store Attributes) dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nick Coffe. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*.
- Kotler dalam Suwito. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*.
- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung). *UPT Pasundan*.
- Kotler P. (2016). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: *Salemba Empat*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: *Penerbit Erlangga*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: *Salemba Empat*.
- Moenir. (2010). Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Pos Cabang Pasangkayu 91571. *Jurnal PubBis*.
- Moenir. (2014). Pengaruh Disiplin Kerja dan Fasilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Mnctv Bagian Produksi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Murtiningsih. (2012). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja. *jurnal Manajemen UNSERA*.
- Norhermaya dan Soesanto. (2016). Kualitas Antarmuka Terhadap Minat Beli: Dimediasi Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi Belanja Online. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*.
- Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji. (2013). Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.

- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Richard Oliver. (2018). Kualitas Pelayanan Penjual Online, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam E-Commerce Shopee. *Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Robbins dan Judge. (2013). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2009). *Service Marketing*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*.
- Tjiptono dalam Indrasari. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Post Service Follow Up (PSFU) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Astra International - Toyota Sales Operation (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Tjiptono, f., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, Gregorius, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar dalam Indrasari. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ichiban Sushi Di Palembang Trade Center. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.
- Women dan Minor. (2013). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAIE) Proceeding*.