

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA AL BADAR HOTEL
MAKASSAR**

**IRMAYANTI SULISTIATY THAMRIN
10572 04541 13**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA AL BADAR HOTEL
MAKASSAR**

**IRMAYANTI SULISTIATY THAMRIN
10572 04541 13**

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S1) pada jurusan Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Al-Badar Hotel Makassar

Nama Mahasiswa : Irmayanti Sulistiaty Thamrin

No. Stambuk : 105720 4541 13

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan di ajukan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada hari Sabtu, 07 Oktober 2017. Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Menyetujui:

Pembimbing I



Drs. H. Sanusi A.M., SE, M.Si

Pembimbing II



Samsul Rizal, SE., MM

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua Jurusan Manajemen



Moh. Aris Pasigai, SE., MM
NBM: 109 3485

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 160/2017 Tahun 1439 H/2017 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Sabtu, 7 Oktober 2017 M/17 Muharram 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 9 Oktober 2017

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)

(.....)

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

(.....)

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

(.....)

Penguji : 1. Drs. H. Sultan Sarda, MM.

(.....)

2. Samsul Rizal, SE, MM.

(.....)

3. Dr. H. Andi Rustam, SE, MM. Ak. CA.

(.....)

4. Dr. Hj. Ruliaty, MM.

(.....)

ABSTRAK

Irmayanti Sulistiaty Thamrin, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Al-Badar Hotel Makassar* Skripsi ini di bimbing oleh (pembimbing I yaitu H. Sanusi A.M. dan pembimbing II Samsul Rizal).

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar. Dengan tujuan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar.

Penelitian ini menggunakan Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau di analisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistik. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek yang akan diteliti. Meliputi data yang diperoleh dari hasil kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 96 orang pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar.

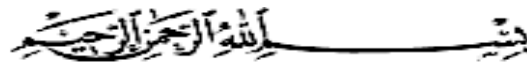
Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa, secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelanggan, dengan nilai $t_{hitung} = 16,607$ sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% adalah = 1,980 Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($16,607 > 1,980$).

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

MOTTO

"Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh"

KATA PENGANTAR



Assalamu alaikum wr.wb

Puja dan puji penulis panjatkan kepada sang khalik, Allah Swt, Tuhan yang maha agung dan maha mengasihi, Sang pemilik pengetahuan yang tak terbatas, dengan kasih sayang dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan taslim senantiasa tercurah kepada Sang pembawa cahaya mulia, tauladan kita Rasulullah Saw, kepada keluarga suci beliau, kepada para sahabat, beserta kepada manusia-manusia yang sampai hari ini senantiasa mendedahkan hidup mereka dalam menegakkan nilai-nilai kebenaran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan baik karena faktor keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman penulis. Untuk itu penulis mengharapkan masukan-masukan yang konstruktif dari berbagai pihak demi penyempurnaan tugas akhir ini pada waktu-waktu mendatang.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis telah mendapat bantuan, dorongan, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu.

Dengan penuh keikhlasan dan kerendahan hati, penulis pun tidak lupa mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya, ditujukan kepada

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang senantiasa memberi asupan ilmu dan

arahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bapak Ismail Rasulong SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai SE., MM sebagai ketua jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs.H. Sanusi A.M., SE, M.Si dan Samsul Rizal, SE., MM. selaku pembimbing I dan II atas kesediaannya yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan, saran, memotivasi, serta memberikan masukan yang membangun semangat kerja penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen dan staf akademik fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah bersedia memberikan pengetahuan dan bimbingannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Pimpinan Al-Badar Hotel dan seluruh staf karyawan Al-Badar Hotel, yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk mengakses data-data yang penulis butuhkan untuk kesempurnaan penulisan dan analisis penulis dalam skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabatku Andi widiyanti, Hasnawati, Magfira dizzania maulani, Nanniati Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin saya sampai disini, terima kasih untuk canda tawa, tangis, dan terima kasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa.

8. Buat keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, semangat senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini.
9. Kedua orang tua penulis, Ramlah Rapi dan Alm Ir. Thamrin Tola yang telah membesarkan, menjaga, mendidik dan selalu memberikan dukungan moril dan material yang tak terhingga kepada penulis .

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari unsur kesempurnaan, masih banyak terdapat kekeliruan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman yang penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Akhir kata dengan rendah hati, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang berkepentingan. Semoga Allah Rabbil Alamin senantiasa melimpahkan Rahmat dan HidayahNya kepada kita semua dalam menjalani aktivitas keseharian kita. Amin.

Wabillahi taufik wal hidayah wassalamu alaikum wr. Wb.

Makassar, Mei 2017
Penulis

Irmayanti Sulistiaty Thamrin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Manajemen Pemasaran	5
B. Pengertian jasa.....	6
C. Pengertian Hotel.....	10
D. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
E. Dimensi kepuasan pelanggan	13
F. Pengertian kepuasan pelanggan	15
G. Penelitian terdahulu.....	20
H. Kerangka pikir	21
I. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
B. Metode pengumpulan data	24
C. Jenis dan Sumber Data.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
F. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	30
G. Metode Analisis Data.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	34
A. Sejarah Singkat Hotel Al-Badar	34
B. Visi dan Misi.....	35
C. Struktur Organisasi.....	35
D. Job Description.....	37
E. Peraturan Al-Badar Hotel.....	39
F. Produk/Jasa Yang Ditawarkan.....	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Responden penelitian.....	44
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
C. Uji Validitas dan Reabilitas.....	65
D. Analisis Regresi Sederhana.....	68
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
 BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....	 73
A. Simpulan.....	73
B. Saran.....	74
 DAFTAR PUSTAKA.....	 75

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Jumlah pengunjung Al-Badar 2013-2015	41
5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	45
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
5.3	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	46
5.4	Jawaban Responden terhadap Pernyataan 1	47
5.5	Jawaban Responden terhadap Pernyataan 2	48

5.6 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 3	49
5.7 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 4	50
5.8 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 5	50
5.9 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 6.....	51
5.10 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 7	52
5.11 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 8	53
5.12 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 9	53
5.13 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 10	54
5.14 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 11	55
5.15 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 12.....	56
5.16 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 13.....	56
5.17 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 14.....	57
5.18 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 15.....	58
5.19 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 1.....	59
5.20 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 2.....	59
5.21 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 3.....	60
5.22 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 4.....	61
5.23 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 5.....	62
5.24 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 6.....	62
5.25 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 7.....	63
5.26 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 8.....	64
5.27 Jawaban Responden terhadap Pernyataan 9.....	64
5.28 Uji Validitas.....	65
5.29 Uji Reabilitas.....	67
5.30 Uji Analisis Regresi Sederhana.....	68
5.31 Hasil Uji Parsial.....	69
5.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Gambar Kerangka Pikir	23
4.2	Gambar Struktur Organisasi.....	36
4.3	Statistik Jumlah Pengunjung Hotel.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
1.	Tabulasi Data Kuesioner.....	77
2.	Hasil Olahan Data SPSS.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis perhotelan di Makassar adalah salah satu fenomena yang menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang para pengusaha untuk turut menjangkau konsumen.

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti perhotelan berkembang dengan pesat terutama di kota Makassar, yang bisa dikatakan semakin menjamurnya pembangunan hotel-hotel dari kelas menengah sampai hotel-hotel berbintang di Makassar.

Kota Makassar memiliki bisnis yang berkembang dan menjanjikan, salah satunya adalah dari segi bisnis perhotelan. Hal ini dapat terlihat dari peningkatan jumlah kamar untuk setiap hotel berbintang dan tingkat hunian.

Pesatnya pertumbuhan bisnis hotel mengakibatkan tingkat persaingan antar hotel yang tinggi, namun sejumlah pengusaha hotel, kondisi tersebut menjadi kekhawatiran besar sepanjang pangsa pasarnya masih tersedia. Para pengelola hotel harus berusaha sebaik mungkin dalam memanfaatkan pasar yang ada dengan memberi imej dan layanan khusus kepada para tamunya.

Kebutuhan hotel berbintang di kota Makassar masih relatif tinggi menyusul banyaknya kegiatan nasional dan internasional yang memilih kota ini sebagai lokasi penyelenggaraan acara. Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sulawesi selatan, mengatakan penambahan jumlah kamar itu sesuai dengan ekspektasi Pemkot Makassar, yang mengeluhkan kekurangan

jumlah kamar bila ada event bertaraf nasional maupun internasional yang ditempatkan didaerah ini.

Menyadari perkembangan hotel yang pesat dimakassar para pengusaha hotel semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan Perusahaan dengan kebutuhan konsumen. Nilai lebih yang ditawarkan para perusahaan hotel semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk berinteraksi atau mendorong para konsumen lama untuk berinteraksi kembali.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya.

Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual Seiring perkembangan hotel dimakassar, para manajemen hotel terpacu untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan hotel guna memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya, beberapa strategi dilakukan para perusahaan hotel.

Dahulu hotel hanya digunakan sebagai tempat menginap bagi para konsumen. Sekarang ini, hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana berakhir pekan bagi kalangan masyarakat kalangan menengah keatas.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar

D. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pemilik hotel dan para karyawan dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan Al-Badar Hotel Makassar
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

3. Sebagai bahan pengembangan ilmu bagi penulis dalam memecahkan suatu masalah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Menurut Kotler (2009:5) “Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan. Dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain”.

Pemasaran menurut Tjiptono (2008:5) yaitu “Fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan oleh karena itu, pemasaran memainkan peran penting dalam pengembangan strategi.

Dari defenisi di atas, pertukaran menguntungkan mengandung arti bahwa perusahaan perlu mengatur tingkat permintaan agar memberikan keuntungan yang optimal. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa permintaan yang terlalu rendah atau terlalu tinggi tidak memberikan keuntungan yang optimal bagi perusahaan. Dalam manajemen pemasaran, perusahaan tidak hanya menstimulasi tingkat permintaan yang sama dengan tingkat penawaran.

B. Pengertian Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah.

Menurut Ratih Harriyati (2010:27), jasa adalah setiap tindakan dan kinerja yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain secara prinsip tidak terwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Kotler (2007:42), mengatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu

jasa sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan jasa. Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk jasa baik yang terwujud atau tidak. Di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas tersebut tidak terwujud.

Menurut Kotler (2007:45-48) karakteristik pemasaran jasa dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, Meskipun sebagian besar jasa dapat dikaitkan dan didukung oleh produk fisik dari apa yang dibeli pelanggan adalah *performance* yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya. Jasa bersifat *intangibility*, artinya tidak dapat dilihat, diraba dirasa, atau didengar sebelum dibeli.

Seseorang tidak dapat melihat hasil dari jasa sebelum ia menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dimilikinya. Oleh karena itu untuk mengurangi ketidakpastian para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti jasa tersebut. Mereka menyimpulkan kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan-bahan komunikasi, simbol dan harga yang mereka amati. Kesimpulan yang diambil para pelanggan akan banyak dipengaruhi oleh atribut-atribut yang digunakan perusahaan jasa, baik atribut yang bersifat objektif.

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada rekrutmen, kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawan. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi pelanggan dalam proses jasa. Demikian pula halnya dengan fasilitas pendukung jasa sangat perlu diperhatikan dalam pemilihan lokasi yang tepat, dalam artian dekat serta mudah dicapai pelanggan juga perlu dipertimbangkan. Hal ini berlaku untuk jasa, di mana pelanggan yang mendatangi penyedia jasa, maupun sebaliknya penyedia jasa yang mendatangi pelanggan.

3. Bervariasi (*variability*)

Jasa bersifat variabel karena memiliki banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa dihasilkan. Ada tiga

faktor penyebab variabilitas kualitas jasa yaitu; kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, motivasi karyawan dalam menangani pelanggan, dan beban kerja perusahaan. Pada industry jasa yang bersifat *people-based*, komponenen manusia yang terlibat jauh lebih banyak dari pada jasa yang bersifat *equipment-based*. Implikasinya adalah bahwa hasil dari operasi jasa yang bersifat *people-ased* cenderung kurang terstandarisasi dan searah dibandingkan hasil jasa yang bersifat *equipment based* maupun operasi manufaktur. Para pembeli jasa yang sangat peduli terhadap variabilitas jasa yang sangat tinggi ini dan sering kali mereka meminta pendapat orang lain sebulum memutuskan untuk memilih penyedia jasa. dalam hal ini, penyedia jasa dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitas yaitu:

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatih personil yang baik.
 - b. Melakukan standarisasi proses pelayanan jasa hal ini dilakukan dengan menyampaikan suatu cetak biru jasa yang menggambarkan peristiwa dan proses jasa dalam suatu diagram alur, dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa tersebut.
 - c. Memantau kepuasan pelanggan sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi
4. Tidak Dapat Disimpan (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak *perishability* tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar. Jika permintaan berfluktuasai, perusahaan-perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Tetapi kenyataanya permintaan pelanggan akan jasa umumnya akan sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Oleh karena itu, perusahaan jasa perusahaan

jasa mengevaluasi kepastian (subsitusi dan persediaan jasa) guna menyeimbangkan permintaan dan penawaran. Dalam hal ini, perlu dilakukan analisis terhadap biaya dan pendapatan bila kapasitas ditetapkan terlalu tinggi atau terlampu rendah.

Untuk menciptakan keseimbangan antara permintaan dan penawaran harus disusun strategi-strategi yang tepat. Beberapa hal yang dapat dilakukan dari sudut permintaan sepi, mengembangkan jasa yang kurang diminati konsumen, menambahkan jasa sebagai perlengkapan jasa yang ada selama permintaan ramai, dan menunggu sistem pemasaran tempat untuk mengatur tingkat permintan.

Dari sudut penawaran, beberapa hal yang dapat dilakukan adalah: merekrut tenaga kerja *part time* selama permintaan sedang ramai, melakukan efisiensi pekerjaan selama permintaan ramai, meningkatkan partisipasi konsumen dalam produk jasa, membagi jenis jasa, dan mengembangkan fasilitas untuk ekspansi masa depan.

C. Pengertian Hotel

Hotel adalah merupakan suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu. beberapa definisi pengertian hotel menurut beberapa lembaga dan pakar, antara lain sebagai berikut:

1. Menurut Menteri Perhubungan, definisi atau pengertian hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk

memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum (SK.MenHub. No. PM10/PW.391/PHB-77).

2. Menurut AHMA (American Hotel & Motel & Motel Association), definisi atau pengertian hotel adalah suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan, dan minuman, serta pelayanan lainnya, untuk disewakan bagi para tamu atau orang-orang yang tinggal untuk sementara.
3. Menurut Webster, definisi atau pengertian hotel adalah suatu bangunan atau lembaga yang menyediakan kamar untuk menginap, makanan, dan minuman, serta pelayanan lainnya untuk umum.

Dengan mengacu pada pengertian diatas, dan untuk menertibkan perhotelan diindonesia, pemerintah menurunkan peraturan yang dituangkan dalam Surat Keputusan Menparpostel No KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang peraturan usaha dan penggolongan hotel Dengan mengacu pada pengertian diatas, dan untuk menertibkan perhotelan diindonesia

D. Pengertian Kualitas Pelayanan

1. Pelayanan

Kita semua harus dapat memahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang, bukan organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, layanan itu mungkin diberikan karena satu pihak berhendak membantu pihak lain secara sukarela, atau adanya permintaan dari pihak lain kepada satu pihak untuk membatunya secara sukarela.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. perannya akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut kompetisi (persaingan) cukup ketat dalam upaya

ditunjukkan oleh pusat layanan dalam menangani orang-orang yang memerlukan pelayanan.

Tjiptono (2008:107) kualitas adalah salah satu dalam memenangkan persaingan dengan pasar ketika perusahaan telah mapu menyediakan produk berkualitas maka mereka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu modal kualitas pelayanan yang banyak di jadikan acuan dalam riset pemasaran

Menurut Kotler (2009) bahwa “suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani”.

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan pelanggan. Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Dan setelah menikmati jasa tersebut mereka akan cenderung membandingkannya dengan mereka harapkan.

Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, para pelanggan akan kehilangan minat terhadap jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan. Mereka cenderung memakai kembali produk jasa tersebut.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan

harus berorientasi pada pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan.

2. Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar pelanggan merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimal.

E. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa atau produk Tjiptono (2008:27-28). Mengidentifikasi karakteristik yang digunakan oleh para konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa atau produk adalah sebagai berikut

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

2. *Reabilitily* (kepercayaan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ini berarti, menentut personil

perusahaan bekerja secara tepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan alokasi waktu yang dijanjikan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kesedian karyawan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera. Ini berarti, menuntut personil perusahaan untuk bekerja dengan cepat atau dengan senang hati membantu pelanggan dalam menentukan pilihan produk, barang dan layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Contoh tidak memberikan pelanggan menunggu untuk menerima produk atau jasa terlalu lama.

4. *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan, kecakapan dan kesopanan karyawan perusahaan untuk mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan. Pelanggan yang ragu-ragu diyakinkan. Jaminan terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Misalnya ditekankan pada penampilan pegawai dalam berpakaian dan berbicara sopan, ramah kepada pelanggan.

5. *Empathy* (Empati)

Kepedulian dan perhatian karyawan atau pemilik usaha kepada semua pelanggan, meliputi kemudahan hubungan atau komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memanjakan pelanggan sebagai raja yang dilayani dengan baik dan menjadikan pelanggan sebagai asset kekayaan perusahaan yang harus dipelihara dan ditingkatkan kepuasannya. Sebagai contoh perusahaan memberikan waktu dan tempat khusus untuk pengaduan pelanggan dan segera memberi respon atas pengaduan pelanggan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan adalah hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan

tanggung jawabnya yang diukur berdasarkan indikator bukti fisik (*tangible*), kepercayaan (*reability*) daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

F. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik sasaran, serta merupakan salah satu tujuan bagi aktifitas bisnis. Kepuasan pelanggan adalah merupakan dampak dari pemanfaatan jasa yang dilakukan oleh pelanggan, dan juga efektifitas kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut Irwan (2008:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa.

Bahkan pelanggan yang puas akan terbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan yang lain. Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Love Lock (2011:74) kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang di dapatkan kepuasan merupakan penilaian mengenai cirri atau keistimewaan produk atau rasa produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan menurut Solomon (2011) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah di beli konsumen

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang tinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan akan merasa lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan dan aktivitas penjualan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku pelanggan tersebut maka banyak perusahaan yang terpusat pada pelanggan yang dapat memberikan nilai *superior* kepada mereka, dan memenangkan persaingan.

Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelayanan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Menurut Kotler (2007:177) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi

3. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjipotono dan Chandra (2007:130). Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.

- b. pembeli bayangan.

Cara lain untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakaan beberapa untuk berperan sebagai pelanggan potensial dan mereka diminta berinteraksi dengan staf

penyedia jasa. kemudian setelah itu mereka harus melaporkan temuan-temuannya berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan layanan permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan dan menangani keluhan.

c. Analisis pelanggan yang lari

Perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih, hal ini harus dilakukan sebab hal ini bisa dikatakan bahwa perusahaan telah gagal dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survey kepuasan pelanggan

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan pesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggan dan juga memberikan pesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggan mereka.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk dan 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 dikendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari unsur, yaitu: *Responsivness*, *Assurance*, 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 mencerikan 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 antar 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 Al-Badar hotel Makassar 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-keistimewaan yang ditawarkan oleh pihak Hotel nantinya akan menjadi suatu indikator bagi kepuasan konsumen sehingga pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasanya.

G. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian ini, ada beberapa hasil penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, antara lain:

1. Pada Prasetyo (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Baki. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden di mana dimensi kualitas layanan yang terdiri dari

tangible, reliability, assurance, dan empathy menunjukkan bahwa keempat dimensi tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel *realibility*.

2. Gustriani (2012) dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara, penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi dengan jumlah sampel 100 responden, di mana dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* dan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan *realibility, responsiveness, dan assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari lima dimensi kualitas tersebut, variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel *empathy*.
3. Setirah (2008) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Sulselbar di Makassar. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi berganda dengan jumlah 100 responden di mana dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, realiability, responsiveness, assurance, dan empathy* menunjukkan bahwa kelima dimensi layanan tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Hasil analisis mengenai kelima dimensi kualitas pelayanan maka variabel kualitas layanan yang dominan memengaruhi kepuasan nasabah adalah *responsiveness*.

H. Kerangka Pikir

Suatu perusahaan yang menginginkan agar usahanya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya, kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan konsumen. Apabila yang dirasakan konsumen melebihi dari apa yang diharapkan, berarti konsumen telah terpenuhi kepuasannya. Bila konsumen telah merasa puas, biasanya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut bila di kemudian hari muncul kebutuhan yang sama.

Kepuasan konsumen banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas pelayanan terdiri dari dimensinya bukti fisik, daya tanggap, jaminan, bukti fisik. merupakan bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik peralatan yang digunakan, maupun representasi fisik dan jasa. Daya tanggap merupakan kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa kesopanan, dan sifat dapat dipercaya, yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan-raguan. kebutuhan para pelanggan. Jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran.



Gambar.2.1. Kerangka Pikir

I. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir penelitian diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada Al-Badar Hotel Makassar yang beralamat jl. Pengayoman Ruko Mira 2 no. 11 makassar penelitian ini dilakukan kurang lebih tiga bulan, yaitu bulan Maret-Mei 2017.

B. Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung pada objek yang berhubungan dengan penelitian.
2. Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada beberapa debitur yang dijadikan sebagai responden.
3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengambil informasi melalui buku-buku, internet dan skripsi yang berkaitan dengan topik pembahasan.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data kualitatif adalah data yang terbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi. Data kualitatif untuk mengetahui dari sebuah objek yang akan diteliti.
- b. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau di analisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistik. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek yang akan diteliti.

2. Sumber data

a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data ini berisi informasi mengenai perusahaan yang diteliti. Data primer diperoleh melalui penelitian lapangan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

b. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2010:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seseorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Al-Badar Hotel Makassar sebanyak 2204.

2. Sampel

Sampel adalah pengumpulan data tidak dilakukan dari seluruh responden yang menjadi anggota populasi tetapi hanya sebagian saja (Umar,2007:78). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Al-Badar Hotel. Mengingat populasi dapat ditentukan secara tepat maka untuk menentukan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus yaitu dengan menggunakan rumus Slovin dikutip oleh (Umar,2007:78).

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N= Populasi yaitu jumlah total pelanggan Al-Badar Hotel Makassar

e = nilai kritis (tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel, biasanya 10%)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Al-Badar Makassar sebanyak 2204 pelanggan, maka

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

$$n = \frac{2204}{1 + 2204(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2204}{1 + 2204(0,01)}$$

$$n = 95,65 = 96$$

Jadi besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95,65 sampel atau dibulatkan menjadi 96, dengan nilai error maksimal 10%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik sampling aksidental, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yang diteliti yaitu :

- a. Kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X)

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Adapun indikator sebagai berikut:

1. *Tangible* (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan perusahaan dalam menunjang eksistensinya kepada pihak eksternal. Indikatornya adalah tertatah bersih dan teratur pelanggan merasa tenang pada saat melakukan prosedur pelayanan.
2. *Reabilitily* (kepercayaan) Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikatornya perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan alokasi waktu yang dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesedian karyawan membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan segera indikatornya adalah : karyawan memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas.
4. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Indikatornya adalah : seluruh pegawai memiliki pengetahuan untuk menjelaskan tentang perusahaan.
5. *Emphaty* (Empati)
Kepedulian dan perhatian karyawan atau pemilik usaha kepada semua pelanggan, meliputi kemudahan hubungan atau komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memanjakan pelanggan sebagai raja yang dilayani dengan

baik dan menjadikan pelanggan sebagai asset kekayaan perusahaan yang harus dipelihara dan ditingkatkan kepuasannya. Indikatornya perusahaan memberikan waktu dan tempat khusus untuk pengaduan pelanggan dan segera memberi respon atas pengaduan pelanggan.

b. Kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y)

Kepuasan pelanggan yaitu mengatasi apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan.

3. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relative murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

2. Pengukuran Variabel

Data yang diperoleh berupa jawaban dari responden pada Al-Badar Hotel Makassar terhadap pertanyaan yang diajukan diberikan penilaian dan kategori dengan menggunakan skala 5

tingkat (skala *likert*), yang terdiri atas : sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut :

1. Jawaban Sangat setuju diberi bobot : 5
2. Jawaban Setuju diberi bobot : 4
3. Jawaban kurang setuju diberi bobot : 3
4. Jawaban Tidak setuju diberi bobot : 2
5. Jawaban Sangat tidak setuju diberi bobot : 1

F. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen.

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambar tentang variabel yang dimaksud. Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Teknik analisis data *product moment* dengan angka kasar digunakan untuk menemukan pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar. Valid

tidaknya suatu item instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks *Korelasi Product Moment* atau r hitung dengan nilai kritisnya dan rumus *Product Moment* .

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis regresi sederhana

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linear sederhana. Metode analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah yang dinyatakan

dalam bentuk fungsi (Ridwan 2004 : 145), dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana yang diolah dengan menggunakan sistem komputerisasi program SPSS yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel independen (kualitas pelayanan/terikat)

X = Variabel dependen (kepuasan pelanggan/bebas)

a = Konstanta

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut :

a. Uji parsial (t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

- Hipotesis

Ho : Tidak ada hubungan secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Ha : Ada hubungan secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

- Tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$)

Jika signifikansi $t_{hitung} > 0,05$, berarti H_0 diterima atau H_a ditolak

Jika signifikansi $t_{hitung} < 0,05$, berarti H_0 ditolak atau H_a diterima

- b. Uji determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat untuk itu digunakan angka-angka pada table model summary.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Hotel Al-Badar

Berdasarkan sejarahnya, Hotel Al-Badar berasal dari bahasa Arab yang berarti "Bulan purnama". Salah satu alasan hotel ini bernama Al-Badar dikarenakan nama pemilik hotel ini adalah H. Badaruddin. Hotel Al Badar berdiri sejak tahun 2012 yang berlokasi di Jl. Pengayoman Ruko Mira 2 No. 11, Makassar. Hotel ini mulai beroperasi sebagai tempat penginapan pendatang maupun penduduk lokal. Sejak awal, Hotel Al Badar sengaja dibangun untuk keperluan masyarakat umum, akan tetapi tamu yang menginap harus tunduk dan patuh oleh peraturan yang telah di buat oleh manajemen hotel syariah. Salah satu contohnya dengan tidak melakukan tindakan negatif yang menyimpang dari ajaran dan larangan pada agama islam, seperti membawa pasangan yang bukan muhrim dan membawa minuman keras.

Awal mula didirikannya Hotel Al Badar yaitu berdasarkan kondisi beberapa hotel di kota Jakarta yang berbasis konsep syariah. Pemilik hotel melihat adanya pangsa pasar yang cukup besar di kalangan masyarakat sehingga pemilik mencoba untuk membuka bisnis di kota Makassar dengan konsep yang sama, yaitu hotel berbasis syariah. Pada dasarnya pemilik hotel memilih konsep syariah dikarenakan pandangan khalayak umum menyangkut hotel selalu dikaitkan dengan hal yang berbau negatif. Pemilik hotel mencoba untuk merubah pandangan tersebut sehingga didirikanlah Hotel Al Badar dengan konsep syariah yang sesuai dengan ajaran Islam dan diharapkan bebas dari hal-hal negatif.

B. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi salah satu gerbong lokomotif pergerakan syariah di kota Makassar pada khususnya dan di Sulsel Pada umumnya.

2. Misi

- a. Menjalani sinergitas antara lembaga-lembaga atau organisasi islam yang ada dikota Makassar.
- b. Turut Andil (Sponsorsip) dalam kegiatan/event syariah dikota Makassar.

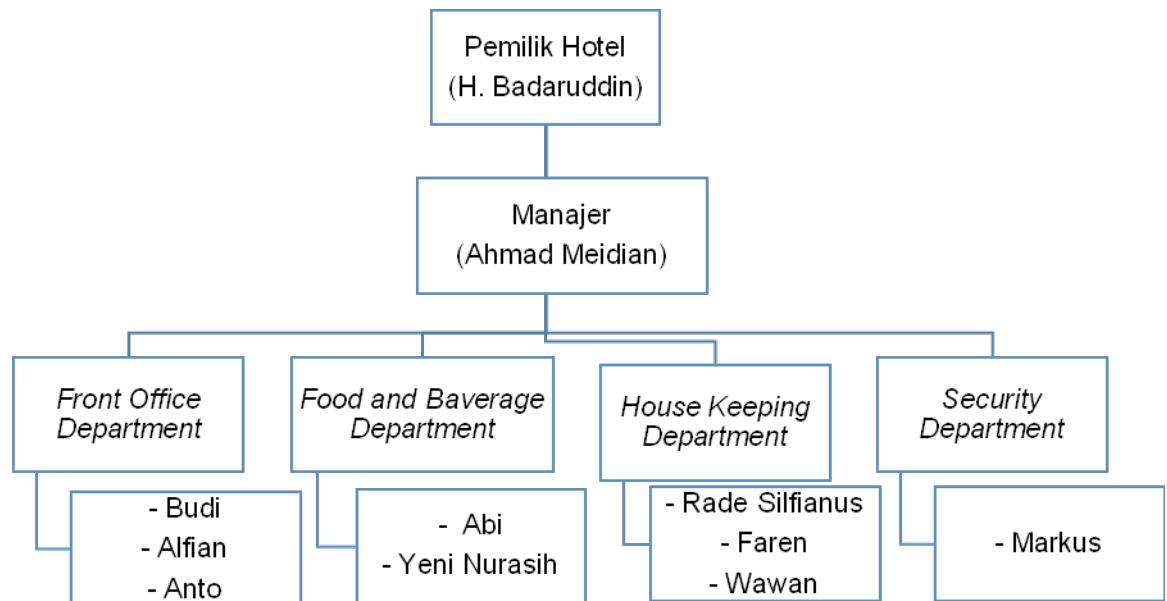
C. Struktur Organisasi

Setiap instansi mempunyai stuktur organisasi yang menggambarkan hubungan antara personal dalam lingkup perusahaan. Struktur organisasi dimaksudkan agar masing-masing sadar akan tugas dan tanggung jawab antar personil sehingga tidak menimbulkan konflik dalam organisasi.

Stuktur organisasi yang baik dan serasi dapat menjamin terjadinya suatu kerja sama yang baik antar personil. Hal ini dapat menciptakan kesatuan yang utuh sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dengan sempurna.

Hotel Al Badar mempunyai dipimpin oleh pemilik hotel secara langsung. Selanjutnya diamanahkan oleh manajer perusahaan. Manajer sendiri bertanggung jawab atas empat departemen, yaitu *front office department*, *food and beverage department*, *house keeping department* dan *security department*.

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Hotel Al Badar



D. *Job Description*

Berikut bagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian pada Hotel Al-Badar Syariah Makassar, yaitu :

1. *Manager*

- a. Mengatur manajemen bisnis, perencanaan dan pengawasan seluruh departemen.
- b. Melakukan perekrutan, pengevaluasian dan aktivitas administrasi.
- c. Memecahkan permasalahan, konflik maupun situasi krisis dalam perusahaan dengan cepat dan tepat.
- d. Bertanggung jawab pada tugas-tugasnya serta dapat menjadi panutan bagi karyawannya.

2. *Front Office Reception*

- a. Mengucapkan salam kepada tamu dengan sopan dan ramah.
- b. Mengecek *look book* sebelum memulai pekerjaan.
- c. Memberikan informasi secara singkat dengan jelas tentang hotel.
- d. Memeriksa daftar *reservation list, conventional chart, room rack*.
- e. Berkordinasi dengan *house keeping* departemen untuk mengecek status kamar.
- f. Menangani tamu *check in – check out* dan tamu yang pindah kamar.
- g. Membuat laporan harian, mengecek *room report* dan menyiapkan kunci.

3. *Food and Beverage Department*

- a. Departemen hotel yang menangani hal-hal yang berkaitan dengan mengolah menyediakan makanan dan minuman serta bertugas memberikan pelayanan kepada tamu pada saat makan di restaurant.
 - b. Mengolah bahan makanan menjadi bahan matang untuk disediakan kepada para tamunya.
 - c. Pengantaran order tamu.
4. *House keeping Department*
- a. Departemen hotel yang bertanggung jawab atas seluruh kebersihan hotel baik dalam ruangan maupun public area serta membersihkan berbagai fasilitas hotel.
 - b. Departemen ini penting dalam islam karena islam sangat memperhatikan kebersihan lingkungan . Kaum muslim wajib membersihkan lingkungan dimana mereka hidup dari hal-hal yang membahayakan , dari semua najis dari bau-bau yang tidak sedap dan dari segala sesuatu yang menjijikkan.
5. *Security Department*
- a. Secara langsung bertugas memantau dan mengatur keamanan hotel.
 - b. Melaporkan segala kejadian / peristiwa yang terjadi di hotel keatasannya baik itu kehilangan ataupun penemuan barang milik tamu.
 - c. Memantau serta membantu keluar masuknya kendaraan yang keluar masuk hotel baik kendaraan milik tamu ataupun staf hotel.

E. Peraturan Al-Badar Hotel Syariah

1. Tamu tidak diperbolehkan *check in* bagi pasangan yang bukan muhrim (Suami/istri)

2. Pada saat *check in* wajib memperlihatkan identitas yang masih berlaku (KTP/Buku Nikah) bagi yang sudah berkeluarga.
3. Tamu tidak diperbolehkan *check in* dalam kondisi dibawah pengaruh minuman keras, maupun sesudah *check in*.
4. Tamu dilarang membawa teman dalam keadaan mabuk.
5. Bagi tamu yang sudah *check in* tidak diperkenankan membawa tamu yang bukan muhrim masuk ke dalam kamar.
6. Tamu tidak diperkenankan membawa minuman keras dan obat-obatan terlarang selama berada di area hotel.
7. Tamu dilarang membawa tukang pijit dari luar, kecuali tukang pijit yang sudah disiapkan oleh pihak hotel.
8. Jumlah tamu maksimal 3 orang untuk setiap kamar kecuali kamar standar maksimal 1 orang.
9. Tamu dilarang menurunkan bed/tempat tidur . Jika Bed diturunkan akan dikenakan charge seharga extra bed.
10. Pembatalan *check in* bagi tamu yang telah memasukkan deposit tidak dapat dikembalikan.
11. Bilamana tamu melanggar salah satu dari peraturan diatas (khusus peraturan a & g), maka kami dari pihak hotel berhak mengeluarkan tamu dari hotel, adapun pembayaran yang telah dimasukkan tidak dapat dikembalikan lagi.

F. Produk/Jasa yang ditawarkan

1. Jasa Penginapan

Tujuan utama sebuah hotel didirikan adalah sebagai tempat penginapan bagi para pengunjung baik yang berasal dari dalam maupun luar

negeri. Penginapan menjadi pelayanan utama di Hotel Al Badar. Terdapat beberapa tipe kamar yang ditawarkan yaitu:

a. *Standar Room*

Tipe kamar ini disediakan hanya untuk satu orang saja dengan ukuran tempat tidur yang tidak terlalu besar. Terdapat empat kamar standar yang tersedia di Hotel Al Badar.

b. *Superior Room*

Tipe kamar ini berada satu level diatas tipe kamar standard dengan maksimal tamu menginap sebanyak tiga orang.

c. *Deluxe Room*

Tipe kamar deluxe adalah tipe kamar keluarga dengan maksimal tamu yang dapat menginap sebanyak empat orang. Hotel Al Badar menyiapkan enam *deluxe room* yang dapat dinikmati oleh tamu.

d. *Food and Beverage*

Food and Beverage adalah jasa penyediaan minuman dan makanan kepada pengunjung. Tersedia menu makanan dan minuman yang telah diberikan di setiap kamar pengunjung sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengetahui menu dan harga makanan dan minuman yang disediakan di Hotel Al Badar.

e. *Meeting Room*

Sebuah ruangan besar telah disediakan di salah satu lantai di Hotel Al Badar yang dapat disewakan sebagai ruang pertemuan atau rapat bagi sebuah organisasi.

f. Laundry

Laundry adalah salah satu pelayanan bagian *house keeping department* yang bertanggungjawab atas segala cucian yang ditawarkan oleh tamu.

2. Jumlah Tamu Hotel Al Badar

Salah satu elemen penilaian keberhasilan suatu bisnis perhotelan adalah dari banyak sedikitnya tamu yang menginap di sebuah hotel. Berikut ini ditampilkan jumlah tamu Hotel Al Badar pada tahun 2013-2015.

Tabel 4.1 Jumlah Pengunjung Hotel Al Badar tahun 2013-2015

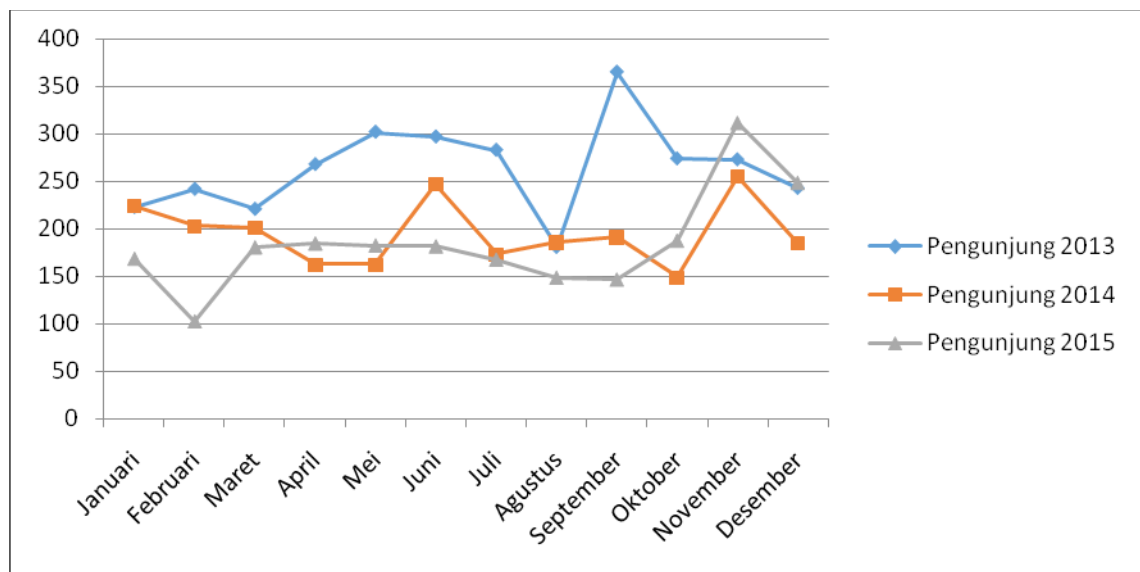
Bulan	Pengunjung 2013	Pengunjung 2014	Pengunjung 2015
Januari	223	224	168
Februari	242	203	102
Maret	221	201	180
April	268	162	184
Mei	302	162	182
Juni	297	247	181
Juli	283	173	167
Agustus	181	186	148
September	365	191	146
Oktober	274	149	187
November	273	255	311
Desember	243	185	248
Total	3172	2338	2204

Sumber : Hotel Al Badar

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah tamu Hotel Al Badar tidak menentu tiap bulannya. Hal tersebut dapat terlihat dengan jelas berdasarkan grafik jumlah tamu Hotel Al Badar di bawah ini. Salah satu alasan berkurangnya pengunjung dari tahun ke tahun adalah semakin meningkatnya persaingan hotel di kota Makassar. Hal tersebut terbukti dengan munculnya beberapa hotel di lingkungan sekitar Hotel Al Badar. Ditambah

lagi kurang efektifnya sistem pemasaran hotel sebab manajer tidak terlalu berfokus akan hal tersebut.

Gambar 4.3 Statistik jumlah pengunjung Hotel Al Badar 2013-2015



Sumber : Olah data

Secara keseluruhan, jumlah pengunjung Hotel Al Badar dari tahun ke tahun terjadi penurunan. Pada tahun 2013 ke tahun 2014, terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup besar yaitu sebesar 26,29 % atau sebanyak 834 tamu. Sedangkan dari tahun 2014 ke tahun 2015, pun terjadi penurunan

jumlah pengunjung meskipun tidak sebesar jumlah penurunan jumlah tamu pada tahun sebelumnya yaitu sebesar 5,73% atau sebanyak 134 tamu.

Jumlah tamu Hotel Al Badar kadang mengalami peningkatan dan penurunan pengunjung setiap bulannya. Secara jelas terlihat bahwa dalam tiga tahun terakhir jumlah tamu terbanyak yang menginap di Hotel A Badar terjadi pada tahun 2013 yaitu bulan September sebanyak 384 tamu. Sebaliknya, merosotnya jumlah tamu yang menginap terjadi pada bulan Februari 2015 yaitu sebanyak 102 tamu.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka penulis menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden, di mana dalam deskripsi responden maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel.

Dari deskripsi responden ini, diketahui bahwa sampel yang terlibat langsung dalam pengisian kuesioner ditentukan sebesar 96 responden, yang dikelompokkan menurut umur, jenis kelamin dan jenis pekerjaan.

Untuk lebih jelasnya dapat disajikan uraian mengenai deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

1. Usia

Karakteristik responden menurut usia dikelompokkan menjadi empat kelompok usia responden yaitu 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan 51 tahun ke atas. Deskripsi responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 5.1 sebagai berikut:

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Menurut Usia

NO	Usia Responden	Orang	%
1	20-30	10	10,41
2	31-40	42	43,75
3	41-50	32	33,33
4	51 ke atas	12	12,5
Total Responden		96	100

Sumber : data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.1 di atas, proporsi responden menurut usia menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 31-40 atau 42% atau 43,75%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Al-Badar Hotel adalah berumur antara 31-40 tahun.

2. Jenis kelamin

Berdasarkan responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5.2 di bawah ini:

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Orang	%
1	Laki-Laki	56	58,34
2	Perempuan	40	41,66
Total Responden		96	100

Sumber : data diolah, 2017

Data yang diolah pada tabel 5.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa dari 96 responden yang diteliti didominasi oleh laki-laki yaitu 56 responden atau 58,34% dan sisanya 40% adalah perempuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan Al-Badar Hotel adalah jenis kelamin laki-laki.

3. Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.3 Karakteristik Responden menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi (%)
Mahasiswa	12	12,5
PNS	43	44,7
Swasta	41	42,7
Total Responden	96	100

Sumber : data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.3 mengenai karakteristik responden menurut tingkat pekerjaan, maka sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden PNS yaitu sebesar 43 orang atau 44,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Al-Badar Hotel adalah PNS.

B. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang diperoleh di lapangan. Data yang disajikan berupa data mentah yang diolah menggunakan teknik statistik deskripsi. Adapun yang disajikan dalam deskripsi data ini adalah berupa distribusi frekuensi yang disajikan per indikator beserta presentase frekuensi dan perolehan skor.

Berdasarkan judul dan perumusan masalah penelitian, dimana penelitian ini terdiri dari variabel kualitas pelayanan (X), kepuasan pelanggan (Y). Sampel yang diambil data dalam penelitian ini adalah 96 orang pelanggan Al-badar Hotel Makassar. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tersebut hasilnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X)

a. Bukti fisik (*Tangible*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan kondisi lingkungan bersih dan nyaman maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 5.4. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	37	38,55
2	Setuju	4	30	31,25
3	Kurang Setuju	3	21	21,87
4	Tidak Setuju	2	8	8,33
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 38,55% “sangat setuju ” atau sebanyak 37 responden, 31,25% “setuju” atau sebanyak 30 responden, 21,87% “kurang

setuju” atau sebanyak 21 responden. 8,33% “tidak setuju” atau sebanyak 8 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan peralatan, perlengkapan, dan dan saran yang modern. dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 5.5 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	37	38,55
2	Setuju	4	29	30,20
3	Kurang Setuju	3	21	21,88
4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 38,55% “sangat setuju ” atau sebanyak 37 responden, 30,20% “setuju” atau sebanyak 29 responden, 21,88% “kurang setuju” atau sebanyak 8 responden. 9,37% “tidak setuju” atau sebanyak 9 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan fasilitas yang ditawarkan oleh hotel sesuai harapan dapat di simpulkan dalam tabel berikut.

Tabel 5.6. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	23	23,96
2	Setuju	4	29	30,20
3	Kurang Setuju	3	32	33,34

4	Tidak Setuju	2	12	12,5
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 23,96% “sangat setuju ” atau sebanyak 23 responden, 30,20% “setuju” atau sebanyak 29 responden, 33,34% “kurang setuju” atau sebanyak 32 responden 12,5% “tidak setuju” atau sebanyak 12 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

b. Kepercayaan (*Realibility*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan “prsedur pelayanan yang memadai maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini

Tabel 5.7 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	23	23,96
2	Setuju	4	38	39,58
3	Kurang Setuju	3	25	26,05
4	Tidak Setuju	2	10	10,41
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 23,96% “sangat setuju ” atau sebanyak 23 responden, 39,58% “setuju” atau sebanyak 38 responden, 26,05% “kurang setuju” atau sebanyak 25 responden 10,41% “tidak setuju” atau sebanyak 10 responden.

total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan dapat di simpulkan dalam tabel berikut.

Tabel 5.8. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	36	37,5
2	Setuju	4	42	43,75
3	Kurang Setuju	3	15	15,63
4	Tidak Setuju	2	3	3,12
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 37,5% “sangat setuju ” atau sebanyak 36 responden, 43,75% “setuju” atau sebanyak 42 responden 15,63% “kurang setuju” atau sebanyak 15 responden, “tidak setuju” 3,12% atau 3 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan pelayanan pengaduan cepat dan handal dapat di simpulkan dalam tabel berikut

Tabel 5.9 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	31	32,3
2	Setuju	4	42	43,75
3	Kurang Setuju	3	14	14,58
4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 32,3% “sangat setuju ” atau sebanyak 31 responden, 43,75% “setuju” atau sebanyak 42 responden, 14,58% “kurang setuju” atau sebanyak 14 responden, 9,37% “tidak setuju” atau 9 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan dapat memberikan pelayanan yang tepat.

Tabel 5.10. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	25	26,04
2	Setuju	4	37	38,55
3	Kurang Setuju	3	25	26,04
4	Tidak Setuju	2	9	9.37

5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 26,04% “sangat setuju ” atau sebanyak 25 responden, 38,55% “setuju” atau sebanyak 37 responden, 26,04% “kurang setuju” atau sebanyak 25 responden 9,37% “tidak setuju” atau 9 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan memberi informasi dengan jelas tentang pelayanan yang akan diberikan.

Tabel 5.11 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	32	33,33
2	Setuju	4	38	39,58
3	Kurang Setuju	3	20	20,84
4	Tidak Setuju	2	6	6,25
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 33,33% “sangat setuju ” atau sebanyak 32 responden, 39,58% “setuju” atau sebanyak 38 responden, 20,84 “kurang setuju” atau sebanyak 20 responden 6,25% “tidak setuju” atau 6

responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan “pengaduan pelanggan segera ditanggapi oleh akan diberikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.12 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	26	27,08
2	Setuju	4	37	38,54
3	Kurang Setuju	3	26	27,08
4	Tidak Setuju	2	7	7,3
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 27,08% “sangat setuju ” atau sebanyak 26 responden, 38,54% “setuju” atau sebanyak 37 responden, 27,08 “kurang setuju” atau sebanyak 26 responden 7,3% “tidak setuju” atau 7 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

d. Jaminanan (*Assurance*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan pegawai memiliki sifat jujur dapat dipercaya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.13 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	27	28,13
2	Setuju	4	30	31,25
3	Kurang Setuju	3	30	31,25

4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 28,13% “sangat setuju ” atau sebanyak 27 responden, 31,25% “setuju” atau sebanyak 30 responden, 31,25% “kurang setuju” atau sebanyak 30 “tidak setuju” 9,37% atau sebanyak 9 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan seluruh karyawan memiliki pengetahuan untuk menjelaskan tentang Al-Badar Hotel dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.14 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	31	32,30
2	Setuju	4	40	41,67
3	Kurang Setuju	3	16	16,66
4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 32,30% “sangat setuju ” atau sebanyak 31 responden 41,67% “setuju” atau sebanyak 40 responden, 16,66% “kurang setuju” atau sebanyak 16 responden 9 “tidak setuju” atau 9,37% responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan pelayanan kepada pelanggan tidak membedakan status social dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.15 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	31	32,30
2	Setuju	4	40	41,67
3	Kurang Setuju	3	16	16,66
4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 32,30% “sangat setuju ” atau sebanyak 31 responden 41,67% “setuju” atau sebanyak 40 responden, 16,66% “kurang setuju” atau sebanyak 16 9,37% “tidak setuju” atau 9 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

e. Empati (*Emphaty*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan seluruh karyawan dengan sabar melayani kebutuhan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.16 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	39	40,62

2	Setuju	4	29	30,20
3	Kurang Setuju	3	20	20,83
4	Tidak Setuju	2	8	8,35
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 40,62% “sangat setuju ” atau sebanyak 39 responden, 30,20% “setuju” atau sebanyak 29 responden, 20,83% “kurang setuju” atau sebanyak 20 responden, 8,35% “tidak setuju” atau 8 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.17 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	26	27,08
2	Setuju	4	37	38,55
3	Kurang Setuju	3	24	25
4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 27,08% “sangat setuju ” atau sebanyak 26 responden 38,55% “setuju” atau sebanyak 37 responden, 25% “kurang setuju” atau sebanyak 24 responden, 9,37% “tidak setuju” atau 9 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan berlaku fleksibel terhadap pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.18. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	32	33,33
2	Setuju	4	41	42,71
3	Kurang Setuju	3	18	18,76
4	Tidak Setuju	2	5	5,20
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 33,33% “sangat setuju ” atau sebanyak 32 responden 42,71% “setuju” atau sebanyak 41 responden, 18,76% “kurang setuju” atau sebanyak 18 responden 5,20% “tidak setuju” atau 5 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Produk

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan ramah dalam melayani tamu dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.19 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	29	30,20
2	Setuju	4	43	44,8
3	Kurang Setuju	3	15	15,63
4	Tidak Setuju	2	9	9,37
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 30,20% “sangat setuju ” atau sebanyak 29 responden, 44,8% “setuju” atau sebanyak 43 responden, dan 15,63% “kurang setuju” atau sebanyak 15 responden, 9,37% “tidak setuju” atau sebanyak 9 sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan cepat dalam melayani keperluan tamu dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.20 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	25	26,04
2	Setuju	4	33	34,37
3	Kurang Setuju	3	31	32,29
4	Tidak Setuju	2	7	7,3
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 26,04% “sangat setuju ” atau sebanyak 25 responden, 34,37% “setuju” atau sebanyak 33 responden, dan 32,29% “kurang setuju” atau sebanyak 31 responden 7,3% “tidak setuju” atau

sebanyak 7 responden, sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan selalu meningkatkan kualitas produk kepada pelanggan tabel berikut ini

Tabel 5.21 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	29	30,20
2	Setuju	4	28	29,17
3	Kurang Setuju	3	31	32,3
4	Tidak Setuju	2	8	8,33
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 30,20% “sangat setuju ” atau sebanyak 29 responden, 29,17% “setuju” atau sebanyak 28 responden, 32,3% “kurang setuju” atau sebanyak 4 responden, 8,33% “tidak setuju atau sebanyak 8 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

b. Harga

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan fasilitas kamar sesuai dengan harga yang diberikan tabel berikut ini

Tabel 5.22 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	21	21,87
2	Setuju	4	38	39,6

3	Kurang Setuju	3	29	30,20
4	Tidak Setuju	2	8	8,33
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 21,87% “sangat setuju ” atau sebanyak 21 responden, 39,6% “setuju” atau sebanyak 38 responden, 30,20% “kurang setuju” atau sebanyak 29 responden, 8,33% “tidak setuju” sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan karyawan menyediakan berbagai macam harga yang sesuai dengan selera pelanggan yang diberikan tabel berikut ini.

Tabel 5.23 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	26	27,08
2	Setuju	4	35	36,46
3	Kurang Setuju	3	27	28,13
4	Tidak Setuju	2	8	8,33
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 27,08% “sangat setuju ” atau sebanyak 26 responden, 36,46% “setuju” atau sebanyak 35 responden, 28,13% “kurang setuju” atau sebanyak 27 responden, 8,33% “tidak setuju” atau sebanyak 8

responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan harga kamar terjangkau oleh semua pelanggan tabel berikut ini

Tabel 5.24 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	40	41,67
2	Setuju	4	28	29,17
3	Kurang Setuju	3	20	20,83
4	Tidak Setuju	2	8	8,33
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 41,67% “sangat setuju ” atau sebanyak 40 responden, 29,17% “setuju” atau sebanyak 28 responden, 20,83% “kurang setuju” atau sebanyak 20 responden, 8,33% “tidak setuju” atau sebanyak 8 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

c. Emosional

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan saya merasa puas berkunjung ke hotel pelanggan tabel berikut ini.

Tabel 5.25 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	29	30,20
2	Setuju	4	28	29,17
3	Kurang Setuju	3	30	31,25
4	Tidak Setuju	2	9	9,38
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 30,20% “sangat setuju ” atau sebanyak 29 responden, 29,17% “setuju” atau sebanyak 28 responden, 31,25% “kurang setuju” atau sebanyak 30 responden, 9,38% ”tidak setuju” atau sebanyak 9 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan saya merasa puas berkunjung ke hotel pelanggan tabel berikut ini

Tabel 5.26 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	27	28,12
2	Setuju	4	50	52,08
3	Kurang Setuju	3	15	15,63
4	Tidak Setuju	2	4	4,17
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 28,12% “sangat setuju ” atau sebanyak 27 responden, 52,08% “setuju” atau sebanyak 50 responden, 15,63% “kurang setuju” atau sebanyak 15 responden, 4,17% “tidak setuju” atau sebanyak 4 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan pernyataan saya merasa puas dengan kelengkapan yang dimiliki hotel tabel berikut ini

Tabel 5.27 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9

NO	Jawaban	Skala	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	5	25	26,05
2	Setuju	4	32	33,33
3	Kurang Setuju	3	29	30,20
4	Tidak Setuju	2	10	10,42
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-
Total			96	100

Sumber : Data Primer Olahan, 2017

Pada tabel diatas, tanggapan responden pada Al-Badar Hotel Makassar menyatakan bahwa 26,05% “sangat setuju ” atau sebanyak 25 responden, 33,33% “setuju” atau sebanyak 32 responden, 30,20% “kurang setuju” atau sebanyak 29 responden, 10,42% “tidak setuju” atau sebanyak 10 responden sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini ada sebanyak 96 orang dengan total persentase 100%.

C. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel, jika r hitung > dari r tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

Tabel 5.28 Uji Validitas

Variabel		r_{hitung}	$r_{tabel}(5\%)$	Keterangan
KUALITAS PELAYANAN				
X ₁	Pernyataan 1	0,754	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,750	0,201	Valid

	Pernyataan 3	0,410	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,835	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,285	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,505	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,875	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,267	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,867	0,201	Valid
	Pernyataan 10	0,409	0,201	Valid
	Pernyataan 11	0,483	0,201	Valid
	Pernyataan 12	0,880	0,201	Valid
	Pernyataan 13	0,772	0,201	Valid
	Pernyataan 14	0,869	0,201	Valid
	Pernyataan 15	0,496	0,201	Valid
KEPUASAN PELANGGAN				
Y	Pernyataan 1	0,270	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,738	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,777	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,327	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,743	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,732	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,779	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,573	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,732	0,201	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tersebut, dapat diketahui bahwa semua nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} $n-2 = 94$ (0,201) pada taraf signifikansi 5%. Artinya tiap item pernyataan/indikator variabel kualitas

pelayanan dan kepuasan pelanggan berkorelasi dengan skor totalnya serta data yang dikumpulkan dinyatakan valid dan siap untuk dianalisis.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Adapun secara ringkas hasil uji reabilitas ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 5.29 Hasil pengujian Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	2

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* (α) > 0,6 yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan variabel yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila *alpha* (α) < 0,6 maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

Hasil pengujian reliabilitas dalam tabel 5.30 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai koefisien *alpha* (α) yang cukup besar yaitu $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

D. Analisis Regresi Sederhana

1. Uji analisis regresi sederhana

Pada penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah regresi sederhana. Teknik analisa ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Al-Badar Hotel di Makassar.

Dengan pengolahan SPSS maka didapat hasil Regresi sebagai berikut:

Tabel 5.30. Hasil Persamaan Linier

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.197	1.862		2.254	.026
Kualitas Pelayanan	.519	.031	.864	16.607	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,197 + 0,519 X$$

$$a = 4,197 \text{ (constant)}$$

$$b = 0,519 X \text{ (kualitas pelayanan)}$$

$$Y = \text{Kepuasan pelanggan}$$

2. Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) dalam analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dan berdasarkan nilai signifikansi

$t_{hitung} > t_{tabel}$ = Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} < t_{tabel}$ = variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

$Sig < 0,05$ = Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

$Sig > 0,05$ = variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Adapun hasil uji-t secara ringkas dirangkum pada tabel berikut ini:

Tabel 5.31 Hasil Uji Parsial

Variabel	t_{hitung}	$t_{tabel (5\%)}$	Sig
Kualitas pelayanan	16,607	1,980	0,000

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2017

Hasil uji-t dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} = 16,607$ sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% adalah $= 1,980$. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($16,607 > 1,980$). Artinya variabel kualitas pelayanan secara statistik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Setelah memperoleh nilai koefisien b serta persamaan garis regresinya, maka untuk mengukur signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan cara menghitung koefisiennya sebagai berikut :

Tabel 5.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864 ^a	.746	.743	2.701	2.045

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R sebesar 0,864 Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan memiliki hubungan (korelasi) yang kuat sebesar 86,4%.

Untuk mengukur derajat kecocokan atau ketepatan antara variabel X terhadap variabel Y dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R square) yaitu sebesar 0,746 atau di persenkan menjadi 74,6% yang berarti bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X) dalam penelitian ini mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 74,6 % yang di ambil dari tabel SPSS model summary yaitu R square, dan sedangkan selebihnya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar. Hasil menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan . Lebih jelasnya akan dibahas sebagai berikut:

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kasmir (2005) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Irwan (2008:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dirinci pada bagian terdahulu diperoleh hasil bahwa secara statistik hasil uji t_{hitung} sebesar = 4.261 dan ternyata nilai signifikan = 0,000 berada dibawah 0,05 maka H_0 di tolak hal ini didukung pula oleh hasil uji F (Anova) ternyata diperoleh sebesar 0,000. Dikarenakan probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 maka H_0 di tolak artinya benar-benar terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Gustriani (2012), dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BTN Batara.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar Hotel dari hasil Hasil uji-t dengan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} = 16,607$ sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% adalah = 1,980 Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($16,607 > 1,980$). Artinya variabel kualitas pelayanan secara statistik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka kualitas pelayanan pada perusahaan memiliki peran sangat penting untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Berdasarkan hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n-2 = 94$ (0,201) pada taraf signifikansi 5%. Artinya tiap item pernyataan/indikator variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berkorelasi dengan skor totalnya serta data yang dikumpulkan dinyatakan valid dan siap untuk dianalisis, serta hasil uji reliabilitas memperoleh nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0,6. Sesuai dengan pernyataan, dinyatakan reliabel (handal) jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Jadi, dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel (dapat diandalkan).
2. Berdasarkan Hasil penelitian mengenai pengaruh, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar dapat dibuat kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Al-Badar hotel Makassar. Hal tersebut dinyatakan dari hasil uji regresi t bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (16,607 > 1,980).

B. Saran

Berikut ini akan disajikan saran dan hasil penelitian yang ditemukan, yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak Al-Badar Hotel Makassar sebagai berikut:

1. Dikarenakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimasa akan datang, penerapan kualitas pelayanan sebaiknya semakin ditingkatkan oleh pihak Al-Badar Hotel Makassar agar semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Perlu dilakukan evaluasi yang berkala sehingga dapat diketahui kendala-kendala yang dihadapi dalam masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharmisi, 2010, *Manajemen Penelitian*, Jakarta : Rajawali Prejs.
- Gustriani, Rini, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol. 2 (3):253-259. 13
- Irawan, Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan pelanggan*, Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 edisi ke duabelas Jakarta: PT Indeks.
- _____, 2009. *Manajemen pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- Love lock Chirstoper dan Jochen wirtz, 2011. *Service marketing*. New jersey USA perason
- Prasetyo, Hafit. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpedes di Bank BRI Unit Bakti*. Jurnal Paradigma vol. 11 (2): 32-38. 12
- Rangkuti, Fredy, 2011, *SWOT Balanced Scorecard*, Penerbit : Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratih Harryati, 2010, *bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*, Alfabeta bandung.
- Setirah, Sarah. 2008, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada PT. Bank Sulselbar*. Universitas Hasanuddin Makassar. Skripsi.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, cetakan ke delapan, Bandung: Alfabeta.
- Sulomon, Michael (2011) *Consemer Behavior : buying having and being ed new USA : person prentice*.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Stategi Pemasaran* Edisi 3. Yogyakarta : Andi Ofset. 2
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorrus Chandra, 2007, *serivis Quality dan sastistaction* edisi dua, penerbit : cv. Andi,
- Umar, Husein, 2007 *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta
- <http://anditriplea.blogspot.com/2011/05/perkembangan-hotel-bisnis.html>.
(Diakses 28 Februari 2017)

<http://www.bisnis.com/hotel-di-makassar-menjamur-phri-harapkan-tak-ada-lagi-izin-baru>.

(Diakses 21 Februari 2017)

<http://id.shvoong.com/business-management/management/2186428-pengertian-atau-definisi-hotel/>.

(Diakses 21 Februari 2017)

LAMP IRAM

Bukti Fisik (*Tangibles*)

NO	Pendapat Tentang Kualitas Pelayanan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kondisi lingkungan yang bersih dan nyaman.					
2	Peralatan, perlengkapan, dan sarana yang modern.					
3	Fasilitas yang ditawarkan oleh hotel sesuai harapan.					

Kepercayaan (Realibility)

NO	Pendapat Tentang Kualitas Pelayanan					
4	Prosedur pelayanan yang memadai.					
5	Kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan.					
6	Pelayanan pengaduan cepat dan handal.					

Daya Tanggap (Responsiveness)

NO	Pendapat Tentang Kualitas Pelayanan					
7	Seluruh karyawan dapat memberi pelayanan yang tepat.					
8	Karyawan memberi informasi dengan jelas tentang pelayanan yang akan diberikan.					
9	Pengaduan pelanggan segera ditanggapi oleh Al-Badar Hotel.					

Jaminan (*Assurance*)

NO	Pendapat Tentang Kualitas Pelayanan					
10	Pegawai memiliki sifat jujur dapat dipercaya.					
11	Seluruh karyawan memiliki pengetahuan untuk menjelaskan tentang Al-Badar Hotel.					
12	Pelayanan kepada pelanggan tidak membedakan status social.					

Empati (*Emphaty*)

NO	Pendapat Tentang Kualitas Pelayanan					
13	Seluruh karyawan dengan sabar melayani kebutuhan pelanggan.					
14	Karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan.					
15	Karyawan berlaku fleksibel terhadap pelanggan.					

Produk

NO	Pendapat kepuasan pelanggan					
16	Karyawan ramah dalam melayani tamu di Al-Badar Hotel.					
17	Karyawan cepat dalam melayani keperluan tamu hotel.					

18	Karyawan selalu meningkatkan kualitas produk kepada pelanggan di Al-Badar Hotel.					
----	----------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Harga

NO	Pendapat kepuasan pelanggan					
19	Fasilitas kamar sesuai dengan harga yang diberikan					
20	Karyawan menyediakan berbagai macam harga yang sesuai dengan selera pelanggan.					
21	Harga kamar terjangkau oleh semua pelanggan.					

Emosional

NO	Pendapat kepuasan pelanggan					
22	Saya merasa puas berkunjung ke Al-Badar Hotel.					
23	Saya merasa puas dengan kelengkapan yang dimiliki Al-Badar Hotel.					
24	Pelanggan akan merasa puas dengan penyediaan jasa dan kualitas produk yang dimiliki AL-Badar Hotel.					

Lampiran 1. Tabulasi Data Kuesioner

JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

No	X															total	rata2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	65	8.125
2	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	57	7.125
3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	42	5.25
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	66	8.25
5	5	5	3	5	2	2	5	4	5	3	2	5	5	5	3	59	7.375
6	5	5	2	4	3	5	4	3	4	2	5	4	5	4	5	60	7.5
7	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	69	8.625
8	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5	3	4	5	4	3	61	7.625
9	3	3	3	3	4	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	51	6.375
10	5	5	3	5	4	2	5	4	5	3	2	5	5	5	2	60	7.5
11	5	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	68	8.5
12	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	62	7.75
13	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	70	8.75
14	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	66	8.25
15	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	50	6.25
16	3	3	2	3	5	4	3	5	3	2	4	3	3	3	4	50	6.25
17	3	3	3	4	5	5	4	3	4	2	5	4	3	4	5	57	7.125
18	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	2	65	8.125
19	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	49	6.125
20	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	59	7.375
21	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	65	8.125
22	5	5	3	4	5	5	4	2	4	3	5	4	5	4	5	63	7.875

																		5
23	3	3	2	3	4	5	3	4	3	2	5	3	3	3	5	51	6.37	
24	3	4	4	2	4	3	2	2	2	4	3	2	4	2	3	44	5.5	
25	5	5	5	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	4	4	63	7.87	
26	3	3	4	3	4	5	3	3	3	4	5	3	3	3	5	54	6.75	
27	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	69	8.62	
28	4	4	2	3	4	4	3	2	3	2	4	3	4	3	4	49	6.12	
29	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	71	8.87	
30	4	4	4	3	2	2	3	4	3	4	2	3	4	3	2	47	5.87	
31	5	5	3	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	66	8.25	
32	2	2	3	2	4	2	2	5	2	3	2	2	2	2	2	37	4.62	
33	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73	9.12	
34	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	65	8.12	
35	4	4	4	2	4	3	2	3	2	4	3	2	4	2	3	46	5.75	
36	3	3	4	2	4	3	2	4	2	4	3	2	3	2	3	44	5.5	
37	4	4	2	4	5	5	4	5	4	2	5	4	4	4	5	61	7.62	
38	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	64	8	
39	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	67	8.37	
40	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	53	6.62	
41	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	9.25	
42	5	5	3	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	66	8.25	
43	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	55	6.87	
44	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	67	8.37	
45	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	67	8.37	
46	2	2	3	2	5	5	2	4	2	3	5	2	2	2	5	46	5.75	
47	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	68	8.5	
48	5	5	4	5	5	2	3	5	5	4	2	5	5	5	2	62	7.75	
49	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	68	8.5	
50	4	4	3	3	5	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	55	6.87	

																		5
51	4	4	2	3	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	51	6.37	
52	3	3	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	42	5.25	
53	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	60	7.5	
54	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	50	6.25	
55	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	65	8.12	
56	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	69	8.62	
57	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	59	7.37	
58	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	65	8.12	
59	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	4	4	4	3	59	7.37	
60	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	45	5.62	
61	3	3	3	2	3	4	2	5	3	3	4	2	3	2	4	46	5.75	
62	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	70	8.75	
63	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	68	8.5	
64	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	5	3	4	3	5	58	7.25	
65	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	64	8	
66	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	42	5.25	
67	2	2	3	5	5	4	3	5	5	3	4	3	2	5	4	55	6.87	
68	3	3	5	3	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	54	6.75	
69	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74	9.25	
70	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	63	7.87	
71	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	5	59	7.37	
72	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	43	5.37	
73	5	5	2	5	4	4	5	2	5	2	4	5	5	5	4	62	7.75	
74	2	2	3	4	3	5	4	5	4	3	5	4	2	4	5	55	6.87	
75	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	65	8.12	
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	9.37	
77	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	7.62	
78	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	70	8.75	

79	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	49	6.125
80	5	5	5	5	4	4	5	3	5	2	4	5	5	5	4	66	8.25
81	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	7.375	
82	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	50	6.25
83	5	5	5	2	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	65	8.125
84	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60	7.5
85	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	50	6.25
86	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	9.25
87	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	63	7.875
88	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	50	6.25
89	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	66	8.25
90	3	3	4	2	5	4	2	2	2	4	4	2	3	2	4	46	5.75
91	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	58	7.25
92	3	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	53	6.625
93	5	5	5	4	3	2	4	5	4	5	2	4	5	4	2	59	7.375
94	4	4	3	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	57	7.125
95	5	2	5	3	4	4	3	4	3	5	4	3	5	3	4	57	7.125
96	4	3	2	3	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	5	55	6.875

JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

1	4	5	5	4	5	5	5	4	4	41	8.2
2	4	3	3	5	5	3	3	3	3	32	6.4
3	3	4	4	2	2	2	4	5	2	28	5.6
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38	7.6
5	2	3	3	4	5	5	3	4	5	34	6.8
6	5	2	2	5	4	5	2	3	4	32	6.4
7	5	3	3	4	5	5	3	4	5	37	7.4
8	3	5	5	4	4	5	5	5	4	40	8
9	4	3	3	2	3	3	3	3	3	27	5.4
10	2	3	3	3	5	5	3	4	5	33	6.6
11	4	3	3	4	5	5	3	4	5	36	7.2
12	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40	8
13	5	3	3	5	5	5	3	3	5	37	7.4
14	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40	8
15	3	3	3	5	3	4	3	3	3	30	6
16	4	2	2	4	3	3	2	2	3	25	5
17	5	3	2	4	4	3	2	3	4	30	6
18	2	5	5	3	5	5	5	4	5	39	7.8
19	4	4	4	3	3	2	4	4	3	31	6.2
20	3	5	5	4	4	4	5	5	4	39	7.8
21	4	5	5	3	4	5	5	4	4	39	7.8
22	5	3	3	5	4	5	3	4	4	36	7.2
23	5	2	2	5	3	3	2	3	3	28	5.6
24	3	4	4	3	2	3	4	4	2	29	5.8
25	4	5	5	3	4	5	5	5	4	40	8
26	5	4	4	5	3	3	4	4	3	35	7
27	5	3	3	4	5	5	3	4	5	37	7.4
28	4	2	2	2	3	4	2	4	3	26	5.2
29	4	5	5	4	5	5	5	4	5	42	8.4
30	2	4	4	2	3	4	4	4	3	30	6
31	4	3	3	4	5	5	3	4	5	36	7.2
32	2	3	3	2	2	2	3	3	2	22	4.4
33	5	3	5	4	5	5	5	5	5	42	8.4
34	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41	8.2
35	3	4	4	3	2	4	4	5	2	31	6.2
36	3	4	4	5	2	3	4	4	2	31	6.2
37	5	2	2	4	4	4	2	3	4	30	6
38	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40	8
39	5	4	4	3	4	5	4	4	4	37	7.4
40	4	3	3	5	3	4	3	4	3	32	6.4

41	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43	8.6
42	5	3	3	3	4	5	3	3	4	33	6.6
43	4	4	4	2	3	4	4	5	3	33	6.6
44	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39	7.8
45	4	5	5	3	4	5	5	5	4	40	8
46	5	3	3	3	2	2	3	3	2	26	5.2
47	4	5	5	3	5	4	5	4	5	40	8
48	2	4	4	4	5	5	4	4	3	35	7
49	4	4	4	5	5	5	4	5	5	41	8.2
50	4	3	3	2	3	4	3	4	3	29	5.8
51	4	2	2	5	3	4	2	2	3	27	5.4
52	3	3	3	4	2	3	3	4	2	27	5.4
53	4	5	5	3	4	4	5	5	4	39	7.8
54	4	3	3	2	3	4	3	4	3	29	5.8
55	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41	8.2
56	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40	8
57	5	3	3	4	4	3	3	2	4	31	6.2
58	4	5	5	3	4	5	5	5	4	40	8
59	3	5	5	4	4	4	5	5	4	39	7.8
60	2	4	4	3	3	3	4	4	3	30	6
61	4	3	3	3	2	3	3	4	2	27	5.4
62	5	5	5	3	4	5	5	4	4	40	8
63	3	4	4	3	5	5	4	5	5	38	7.6
64	5	4	4	2	3	4	4	4	3	33	6.6
65	4	4	4	3	4	5	5	4	4	37	7.4
66	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	5.2
67	4	3	3	3	3	2	3	4	3	28	5.6
68	4	5	5	3	3	3	5	5	3	36	7.2
69	5	5	5	4	5	5	5	5	3	42	8.4
70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	7.4
71	5	4	4	4	4	2	4	5	4	36	7.2
72	2	3	3	3	3	3	3	4	3	27	5.4
73	4	2	2	5	5	5	2	3	5	33	6.6
74	5	3	3	3	4	2	3	3	4	30	6
75	5	3	3	5	4	5	3	4	4	36	7.2
76	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44	8.8
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	7.2
78	5	4	4	4	5	5	4	5	5	41	8.2
79	3	4	4	4	3	3	4	4	3	32	6.4
80	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43	8.6

81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	7.2
82	4	3	3	4	3	3	3	4	3	30	6
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44	8.8
84	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38	7.6
85	4	3	3	4	3	3	3	4	3	30	6
86	5	5	5	4	5	5	5	4	5	43	8.6
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	7.4
88	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29	5.8
89	4	5	5	3	4	5	5	5	4	40	8
90	4	4	4	4	2	3	4	4	2	31	6.2
91	3	4	4	5	4	4	4	5	4	37	7.4
92	3	3	3	5	4	3	3	2	4	30	6
93	2	5	5	4	4	5	5	5	4	39	7.8
94	3	3	3	4	4	4	3	4	4	32	6.4
95	4	5	5	3	3	5	5	5	3	38	7.6
96	4	4	3	3	3	2	2	4	2	27	5.4

Lampiran 2. Olahan Data SPSS 16

Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	r_{hitung}	$r_{tabel (5\%)}$	Keterangan
----------	--------------	-------------------	------------

KUALITAS PELAYANAN				
X ₁	Pernyataan 1	0,754	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,750	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,410	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,835	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,285	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,505	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,875	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,267	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,867	0,201	Valid
	Pernyataan 10	0,409	0,201	Valid
	Pernyataan 11	0,483	0,201	Valid
	Pernyataan 12	0,880	0,201	Valid
	Pernyataan 13	0,772	0,201	Valid
	Pernyataan 14	0,869	0,201	Valid
	Pernyataan 15	0,496	0,201	Valid
KEPUASAN PELANGGAN				
Y	Pernyataan 1	0,270	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,738	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,777	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,327	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,743	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,732	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,779	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,573	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,732	0,201	Valid

Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	2

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana (Model Summary)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864 ^a	.746	.743	2.701	2.045

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	$t_{tabel (5\%)}$	Sig
Kualitas pelayanan	16,607	1,980	0,000



Al-Badar Hotel Makassar
Hotel Syariah Pertama di Makassar
Jl. Pengayoman Ruko Mirah 2 No. 11 Makassar
Telp: 0411-425369 Fax: 0411-421608 Web: www.albadarhotel.com

Makassar, 26 April 2017

Nomor : 004/SK/PIP/IV/2017

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Perihal : Telah Meneliti

Dengan Hormat,

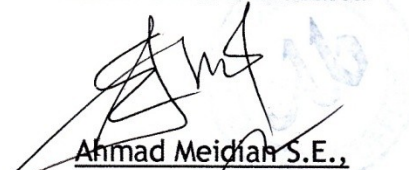
Sehubungan dengan surat Nomor 387/05/C.4-II/IV/38/2017 perihal Permohonan Izin Penelitian kepada mahasiswa:

Nama : Irmayanti Sulistiaty Thamrin
Nim : 105720454113
Strata : S1
Program studi : Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas Telah melakukan penelitian untuk tugas akhir/skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Al-Badar Hotel Makassar**" pada tanggal 26 April 2017.

Demikian surat ini di buat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hotel Al-Badar Makassar


Ahmad Meidiah S.E.,
General Manager

RIWAYAT HIDUP



Irmayanti Sulitiaty Thamrin, lahir pada tanggal 07 Oktober 1994 di Ujungpandang Sulawesi-selatan, merupakan anak keempat dari 7 bersaudara hasil buah kasih dari Almarhum Ir. Thamrin Tola dengan Ramlah Rapi. Pendidikan formal dimulai dari Sekolah dasar pada tahun 2000 di SD Inpres Andi Tonro Makassar dan lulus pada tahun 2006. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 21 Makassar, dan lulus pada tahun 2009, dan pada tahun yang sama pula penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 11 Makassar, dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dan selesai pada tahun 2017, program studi manajemen S-1 dengan gelar SE hingga sekarang.