

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP DI HOTEL MY HOME PONTIANAK

Hendri Wijaya¹, Wendy Suhendry²

hendriwijaya418@gmail.com¹, Wendysuhendry17@gmail.com²

Politeknik Tonggak Equator^{1,2}

ABSTRACT

This study aims to find out if there is a significant influence between service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible) on the customers satisfaction staying at Hotel My Home Pontianak. This type of research is associative research with a quantitative approach. The sampling technique is purposive sampling method with the number of respondents as many as 60 people. The data collection in this study is by observation, interview, and questionnaire. Quantitative data analysis techniques with multiple regression analysis using SPSS version 25. The results of this study showed there is a significant influence between service quality variables and simultaneous customer decision variables. Partial testing showed only assurance and empathy variables had a significant effect on customer decision variables.

Keywords: *Service quality, hotel, customer satisfaction*

LATAR BELAKANG

Industri perhotelan saat ini menjadi salah satu penunjang industri pariwisata di Indonesia. Potensi perkembangan pariwisata di Indonesia cukup besar jika mengacu pada data kinerja pertumbuhan pariwisata dari *World Trade Tourism Council (WTTC)* yang menempatkan Indonesia di peringkat sembilan besar di dunia (katadata.co.id). Indonesia memiliki banyak tempat wisata seperti Danau Toba (Sumatera Utara), Nusa Penisa (Bali), Taman Laut Bunaken (Sulawesi Utara) yang menjadi pusat perhatian pengunjung dari dalam maupun dari luar negeri. Kunjungan dari wisatawan juga mengalami peningkatan dari tahun 2018 ke 2019.

Peningkatan industri pariwisata juga memiliki pengaruh terhadap perkotaan yang berada di Kalimantan Barat. Wisman yang datang ke KalBar melakukan kunjungan ke daerah kota yang mempunyai tempat wisata. Salah satu kota di Indonesia yang mempunyai banyak tempat wisata adalah Kota Pontianak. Tempat wisata yang berada di Pontianak yaitu Tugu Khatulistiwa, Tugu Bambu Runcing, Rumah Betang, dan Taman Alun – alun Kapuas.

Kunjungan wisatawan juga berdampak pada hotel, salah satunya adalah hotel berbintang 2. Hotel dengan klasifikasi berbintang dua menyediakan fasilitas dan jasa pelayanan yang lebih baik dari klasifikasi hotel berbintang 1. Jasa pelayanan dilakukan agar pelanggan merasa nyaman ketika menginap. Hotel berbintang dua yang turut dalam memberikan jasa pelayanan adalah Hotel My Home yang terletak di jalan WR. Supratman no. 33 Pontianak. Hotel berbintang dua di Pontianak ini terletak di daerah yang cukup strategis karena akses yang dekat dengan pusat kota.

Tabel 1.1 Data Jumlah Hunian Kamar Hotel My Home Pontianak per Tahun 2015 - 2019

Jumlah Hunian Hotel My Home Pontianak			Persentase
Tahun	Jumlah Kamar	Terjual	
2015	88	7079	
2016	88	7076	-0,04
2017	88	6397	-9,59
2018	88	7008	9,55
2019	88	6165	-12,03

Tabel 1.1 menunjukkan tingkat hunian kamar pada tahun 2016 menurun 0,04% dengan total kamar terjual pada tahun 2015 sebanyak 7079 kamar menjadi 7076 kamar, di tahun 2017 menurun 9,59% dengan total kamar terjual pada tahun 2016 sebanyak 7076 kamar menjadi 6397 kamar, pada tahun 2018 meningkat 9,55% dengan total kamar terjual pada tahun 2017 sebanyak 6397 kamar menjadi 7008 kamar, di tahun 2019 menurun 12,03% dengan total kamar terjual pada tahun 2018 sebanyak 7008 kamar menjadi 6165 kamar. Hal ini menjadi permasalahan yang sering dihadapi dalam dunia perhotelan karena banyaknya persaingan. Dalam hal ini perusahaan akan meninjau kembali permasalahan terkait menurunnya tingkat hunian kamar agar total jumlah hunian kamar tidak terus mengalami penurunan.

Persaingan antar hotel menjadi tantangan bagi setiap pemilik perusahaan dalam menyediakan tempat penginapan yang nyaman untuk pelanggan. Persaingan tidak hanya terjadi pada cara perusahaan mempromosikan fasilitas yang mereka miliki tetapi juga terjadi pada manajemen perusahaan. Dalam hal ini, memikirkan cara menarik pelanggan menjadi tantangan bagi pihak hotel. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak hotel adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan merasa tertarik dan membuat keputusan untuk menginap kembali di hotel. Kualitas pelayanan dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang diberikan pihak hotel, menciptakan kepuasan konsumen, serta membuat konsumen merasa diperhatikan akan segala kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara simultan?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara parsial?

Berdasarkan pemaparan di latar belakang masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara simultan
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara parsial

Berdasarkan pemaparan di tersebut, penulis melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan pada sektor perhotelan. Oleh sebab itu, penulis bermaksud melakukan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap di Hotel My Home Pontianak.

KAJIAN LITERATUR

Reliabilitas (*Reliability*) didefinisikan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya, sesuai dengan waktu yang disepakati. Tjiptono & Chandra (2011, p. 198)

Daya Tangap (*Responsiveness*) didefinisikan dengan berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan kemudian memberikan jasa secara cepat. Tjiptono & Chandra (2011, p. 198)

Jaminan (*Assurance*) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Tjiptono & Chandra (2011, p. 198)

Empati (*Empathy*) berarti bahwa perusahaan mengalami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Tjiptono & Chandra (2011, p. 198)

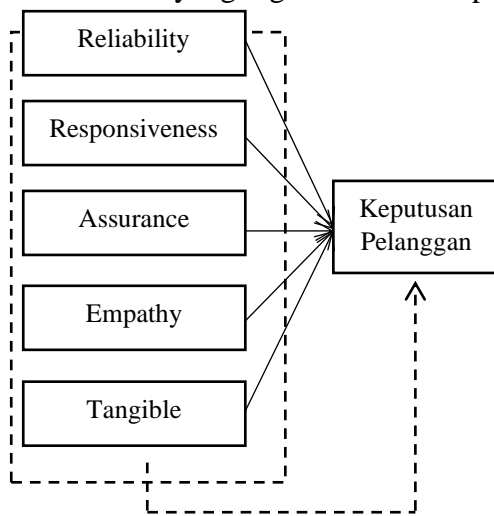
Bukti Fisik (*Tangible*) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Tjiptono & Chandra (2011, p. 198)

Penelitian Laila Tri Susanti Katemung, Christoffel Kojo, dan Farlene S. Rumokoy pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pelanggan Menginap di Hotel Genio Manado”, menunjukan hasil pengujian variable bahwa kualitas pelayanan terdiri atas 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan menginap pada hotel Genio Manado.

Penelitian Eva Desembrianita pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap keputusan Pelanggan untuk menggunakan jasa hotel Oval Surabaya” pada hasil pengujian data juga menunjukan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada hotel Oval Surabaya.

METODOLOGI

Model yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian

Berdasarkan data diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara Simultan
- H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor reliability terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak
- H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor responsiveness terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak
- H₄: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor assurance terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak
- H₅: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor empathy terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak
- H₆: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor tangible terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel MyHome Pontianak. Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik purposive sampling dengan kriteria pelanggan yang telah menginap minimal sebanyak dua kali. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Adapun teknik pengambilan data dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner, studi kepustakaan dan studi dokumentasi.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Umar (2014, p. 59), “Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat kecepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang di ukur”. Uji Validitas digunakan untuk mengukur layak atau tidak nya suatu keusioner. Kriteria dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka item-item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka item-item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Variabel	Item	rhitung	rtabel	Hasil
Reliability (X1)	X1a	0,809	0,2542	Valid
	X1b	0,799	0,2542	Valid
	X1c	0,851	0,2542	Valid
	X1d	0,817	0,2542	Valid
Responsiveness (X2)	X2a	0,485	0,2542	Valid
	X2b	0,569	0,2542	Valid
	X2c	0,570	0,2542	Valid
	X2d	0,453	0,2542	Valid
Assurance (X3)	X3a	0,768	0,2542	Valid
	X3b	0,760	0,2542	Valid
	X3c	0,633	0,2542	Valid
	X3d	0,801	0,2542	Valid

Empathy (X4)	X4a	0,690	0,2542	Valid
	X4b	0,625	0,2542	Valid
	X4c	0,752	0,2542	Valid
	X4d	0,642	0,2542	Valid
Tangible (X5)	X5a	0,400	0,2542	Valid
	X5b	0,342	0,2542	Valid
	X5c	0,760	0,2542	Valid
	X5d	0,560	0,2542	Valid

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pelanggan)

Variabel	Item	rhitung	rtabel	Hasil
Keputusan Pelanggan (Y)	Ya	0,732	0,2542	Valid
	Yb	0,74	0,2542	Valid
	Yc	0,829	0,2542	Valid
	Yd	0,72	0,2542	Valid
	Ye	0,792	0,2542	Valid

Tabel 3.1 dan tabel 3.2 menunjukkan uji validitas seluruh indikator pernyataan variable kualitas pelayanan pada variable kualitas pelayanan memiliki nilai *rhitung* lebih besar dari *rtabel*. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan kuesioner mengenai variable kualitas pelayanan yang digunakan penulis pada Hotel My Home Pontianak adalah valid atau layak untuk digunakan dengan sampel sebanyak 60 responden sehingga data tersebut dapat digunakan untuk keperluan analisis penelitian lebih lanjut.

Menurut Umar (2014, p. 58), “Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran”. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kesamaan dan ketepatan suatu data. Dalam uji reliabilitas, Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Keputusan Pelanggan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	20

Berdasarkan tabel 3.3, nilai *Cronbach's Alpha* Variabel X menunjukkan angka 0.777. Hal ini menunjukkan bahwa hasil jawaban responden reliabel karena hasil uji reliabilitas > 0,6.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pelanggan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

Berdasarkan tabel 3.4, nilai *Cronbach's Alpha* Variabel Y menunjukkan angka 0.818. Hal ini menunjukkan bahwa hasil jawaban responden reliabel karena hasil uji reliabilitas > 0,6

HASIL UJI NORMALITAS

Menurut Umar (2014, p. 181), “Digunakan untuk mengetahui apakah variable dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak”. Uji Normalitas digunakan untuk mengukur suatu data berdistribusi normal atau tidak. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig. > 0,05 maka populasi data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Sig.< 0,05 maka populasi data tidak berdistribusi normal.

Tabel 3.5 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30003194
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.066
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 3.5, diketahui bahwa nilai Asymp.Sig (2 – tailed) sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

HASIL UJI MULTIKOLIENEARITAS

Menurut Umar (2014, p. 177), “Uji Multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Uji Multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel atau tidak. Kriteria pengujian ini dilihat dari nilai tolerance dan VIF (variance inflation factor). Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) Nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah tolerance < 0.10 atau sama dengan $VIF > 10$.

Tabel 3.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Reliability (X1)	.757	1.320
Responsiveness (X2)	.709	1.411
Assurance (X3)	.581	1.721
Empathy (X4)	.608	1.644
Tangible (X5)	.803	1.246

Tabel 3.6 menunjukkan nilai tolerance untuk variable reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), dan tangible (X5) lebih besar dari 0.10. Selanjutnya nilai VIF untuk variabel reliability(X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), dan tangible (X5) tidak lebih dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

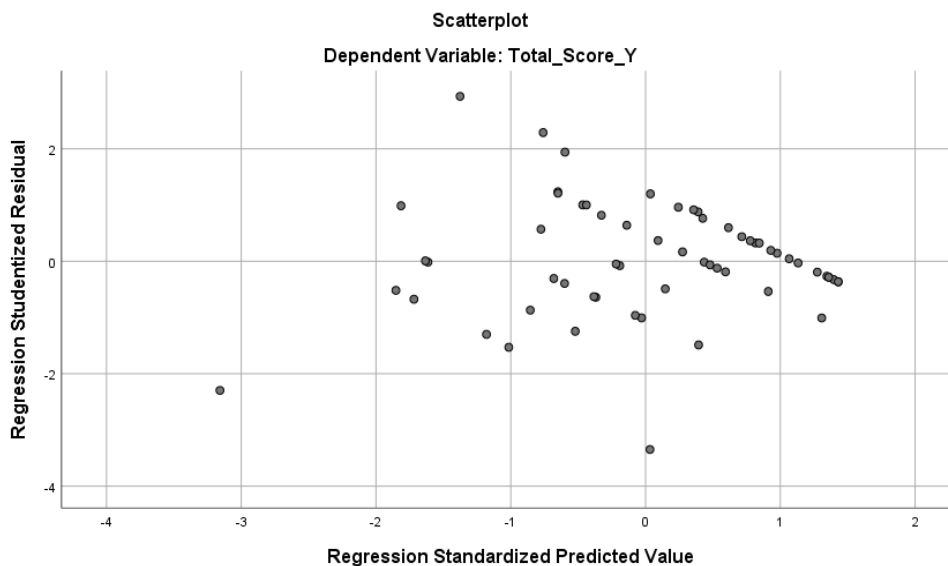
HASIL UJI HETEROSKEDASITAS

Menurut Umar (2014, p. 179), “Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain”. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan antar variabel. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan dua sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapatkan signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 3.7 Hasil Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig	Keterangan
Reliability	0.720	Tidak terjadi Heteroskedasitas
Responsiveness	0.709	Tidak terjadi Heteroskedasitas
Assurance	0.816	Tidak terjadi Heteroskedasitas
Empathy	0.769	Tidak terjadi Heteroskedasitas
Tangible	0.860	Tidak terjadi Heteroskedasitas

Berdasarkan tabel 3.7, dapat dilihat bahwa semua nilai korelasi variable independen dengan Unstandardized Residual memiliki nilai signifikansi lebih dari dari 0,05. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.



Gambar 3.1 Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan gambar 3.1, titik – titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas dalam model regresi.

HASIL UJI LINEARITAS

Menurut Iqbal (2013, p. 292), “Uji linearitas merupakan uji prasyarat analisis untuk mengetahui pola data apakah data berpola linear atau tidak”. Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui suatu data penelitian memiliki hubungan yang signifikan atau tidak. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai Sig. linearity < 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.
- b) Jika nilai Sig. linearity > 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.

Tabel 3.8 Hasil Uji Linearitas Reliability terhadap Keputusan Pelanggan

Variabel	Sig. Linearity	Keterangan
Reliability	0.001	Terdapat Hubungan Linear
Responsiveness	0.021	Terdapat Hubungan Linear
Assurance	0.000	Terdapat Hubungan Linear
Empathy	0.000	Terdapat Hubungan Linear
Tangible	0.047	Terdapat Hubungan Linear

Tabel 3.8 menunjukkan nilai signifikansi linearity dari semua variabel lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara semua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

HASIL UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA

Menurut Suharyadi & Purwanto (2016, p. 234), “Analisis regresi berganda berfungsi untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua”. Analisis regresi berganda digunakan pada data yang memiliki jumlah variabel independen lebih dari satu. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible sedangkan variabel tidak bebas adalah keputusan pelanggan. Untuk menjelaskan koefisien regresi digunakan sistem pengolahan data SPSS 25 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.493	2.721		1.284	.205
Reliability (X1)	.172	.112	.159	1.529	.132
Responsiveness (X2)	-.076	.159	-.051	-.478	.634
Assurance (X3)	.480	.156	.366	3.086	.003
Empathy (X4)	.464	.138	.389	3.356	.001
Tangible (X5)	.048	.122	.040	.395	.694

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Tabel 3.9 menunjukkan model persamaan regresi berganda dengan analisis sebagai berikut:

$$Y = 3,493 \alpha + 0,172 X_1 - 0,076 X_2 + 0,480 X_3 + 0,464 X_4 + 0,048 X_5$$

Model persamaan regresi di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Konstansta sebesar 3,493, artinya jika Kualitas Pelayanan (variable reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), dan tangible (X5) nilainya adalah 0, maka keputusan pelanggan (Y) nilainya adalah 3,493.
2. Koefisien regresi variabel reliability (X1) sebesar 0,172, artinya jika variabel lain nilainya tetap dan komponen reliability mengalami kenaikan 1% maka keputusan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 17,2 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara komponen reliability dengan keputusan pelanggan. Semakin baik nilai komponen reliability disertai dengan kenaikan nilai keputusan pelanggan.
3. Koefisien regresi variabel responsiveness (X2) sebesar - 0,076, artinya jika variabel lain nilainya tetap dan komponen responsiveness mengalami kenaikan 1% maka keputusan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 7,6 %. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan berlawanan antara komponen responsiveness dengan keputusan pelanggan. Kenaikan nilai komponen proses tidak disertai dengan kenaikan nilai keputusan pelanggan.
4. Koefisien regresi variabel assurance (X3) sebesar 0,480, artinya jika variabel lain nilainya tetap dan komponen assurance mengalami kenaikan 1% maka keputusan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 48 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara komponen assurance dengan keputusan pelanggan. Semakin baik nilai komponen assurance disertai dengan kenaikan nilai keputusan pelanggan.
5. Koefisien regresi variabel empathy (X4) sebesar 0,464, artinya jika variabel lain nilainya tetap dan komponen reliability mengalami kenaikan 1% maka keputusan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 46,4 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara komponen empathy dengan keputusan pelanggan. Semakin baik nilai komponen empathy disertai dengan kenaikan nilai keputusan pelanggan.
6. Koefisien regresi variabel tangible (X5) sebesar 0,048, artinya jika variabel lain nilainya tetap dan komponen tangible mengalami kenaikan 1% maka keputusan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 4,8 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara komponen tangible dengan keputusan pelanggan. Semakin baik nilai komponen tangible disertai dengan kenaikan nilai keputusan pelanggan.

HASIL UJI KORELASI BERGANDA (R)

Menurut Suharyadi & Purwanto (2016, p. 234), “Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel terikat Y dengan variabel bebas X”. Analisis regresi berganda adalah uji yang digunakan pada data yang memiliki jumlah variabel independen lebih dari satu. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

Besarnya Pengaruh	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Tabel 3.10 Hasil Uji Korelasi Berganda (R)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics
1	.748 ^a	.559	.518	1.359	R Square Change

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reliability, Empathy, Responsiveness, Assurance

Berdasarkan tabel 3.10, diperoleh angka R sebesar 0,748. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variable independen Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible terhadap Keputusan Pelanggan.

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Menurut Gujarati dalam Ghozali (2014, p. 22), “Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kelebihan variabel x (independen) dalam mempengaruhi variabel y (dependen).

Tabel 3.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	
1	.748 ^a	.559	.518	1.359	.559	

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reliability, Empathy, Responsiveness, Assurance

Tabel 3.11 menunjukkan angka R^2 (adjusted R Square) sebesar 0,518 atau 51,8 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variable independen Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible dengan variabel dependen (keputusan pelanggan) sebesar 51,8 %. Variasi variabel independen yang digunakan variable independen Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible mampu menjelaskan sebesar 51,8 % variasi variabel dependen (keputusan pelanggan), sedangkan sisanya 48,2 % dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

HASIL UJI F

Menurut Suharyadi & Purwanto (2016, p. 241), uji simultan digunakan untuk mengukur ketepatan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.468	5	25.294	13.698	.000 ^b
	Residual	99.715	54	1.847		
	Total	226.183	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Tangible, Reliability, Empathy, Responsiveness, Assurance

Hipotesis:

H1 :Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara Simultan.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, $df_1=5$ dan $df_2=54$ maka didapatkan F tabel adalah 2,39. Dikarenakan F hitung (13,698) > F tabel (2,39), maka H1 di terima, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible secara simultan terhadap keputusan pelanggan secara simultan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (reliability,

responsiveness, assurance, empathy, tangible) secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pelanggan.

HASIL UJI t

Menurut Ghazali (2018, p. 179), “Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen”. Dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai t pada tabel berikut:

Tabel 3.13 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.493	2.721		1.284	.205
Reliability (X1)	.172	.112	.159	1.529	.132
Responsiveness (X2)	-.076	.159	-.051	-.478	.634
Assurance (X3)	.480	.156	.366	3.086	.003
Empathy (X4)	.464	.138	.389	3.356	.001
Tangible (X5)	.048	.122	.040	.395	.694

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Reliability

Hipotesis

H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor reliability terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak

Dikarenakan nilai t hitung (1.529) < t tabel (2,005), maka H₂ ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reliability terhadap variabel keputusan pelanggan secara parsial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reliability terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak. Namun berdasarkan hasil penelitian, faktor reliability sudah baik dalam menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan memberikan pelayanan secara benar. Pelanggan yang ingin menginap di hotel MyHome akan dilayani dengan ramah oleh karyawan hotel dari proses check – in hingga check – out. Karyawan hotel dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan seperti, jika ada kamar yang bermasalah dengan perbaikan yang cukup memakan waktu, maka pihak hotel akan mengganti ke kamar yang tersedia pada saat itu pula.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Responsiveness

Hipotesis

H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor responsiveness terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak.

Dikarenakan nilai t hitung (-0.478) < t tabel (2,005), maka H₃ ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel responsiveness secara parsial terhadap variabel keputusan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel responsiveness terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak. Walaupun tidak berpengaruh secara parsial, staf hotel sudah cukup baik dalam memberikan informasi terkait jam operasional perusahaan, memberikan pelayanan yang baik, dan

menindaklanjuti masalah dengan cepat. Namun kurangnya ketersediaan karyawan akan berdampak kepada pelanggan karena harus menunggu untuk beberapa saat sebelum karyawan menuju ke kamar tamu.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Assurance

Hipotesis

H₄ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor assurance terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak

Dikarenakan nilai t hitung (3.086) > t tabel (2,005), maka H₄ diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel assurance secara parsial terhadap variabel keputusan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel assurance terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak. Perilaku karyawan hotel MyHome mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya salah satunya adalah saat melakukan transaksi. Selain itu pihak hotel juga menyediakan berbagai proses cara pembayaran dengan cash maupun kartu kredit guna memudahkan pelanggan. Para karyawan juga selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Empathy

Hipotesis

H₅ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor empathy terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak

Dikarenakan nilai t hitung (3.356) > t tabel (2,005), maka H₅ diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel empathy secara parsial terhadap variabel keputusan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel empathy terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak. Hal ini menunjukkan bahwa hotel My Home memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, dan memahami kebutuhan pelanggan. Selain itu, sistem jam operasional My Home di mulai dari check in jam 00.00 pagi dan untuk batas check out jam 12 siang. Untuk Breakfast akan di mulai dari jam 6 pagi hingga jam 10 pagi. Hal ini membuat pelanggan merasa hotel My Home memiliki waktu beroperasi yang nyaman.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Tangible

Hipotesis

H₆ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor tangible terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak.

Dikarenakan nilai t hitung (0.395) < t tabel (2,005), maka H₆ ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel tangible secara parsial terhadap variabel keputusan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel empathy terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak. Berdasarkan hasil kuesioner, faktor tangible sudah baik dalam penampilan karyawan, memiliki peralatan yang modern sesuai dengan standar perhotelan, fasilitas yang berdaya tarik visual, serta interior yang nyaman dipandang. Namun berdasarkan hasil observasi, semua karyawan menggunakan baju kaus pada hari sabtu. Hal ini tentu berpengaruh pada penampilan karyawan terutama pada departemen resepsionis yang akan menerima tamu karena akan terkesan kurang baik dalam berpenampilan yang rapi dan profesional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil uji analisis determinasi (R^2), menunjukkan bahwa Variasi variabel independen yang digunakan variable independen Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible mampu menjelaskan sebesar 51.8 % variasi variabel dependen (keputusan pelanggan), sedangkan sisanya 48.2 % dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian di Hotel MyHome Pontianak.
2. Pada uji F, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Hotel My Home Pontianak secara simultan.
3. Pada hasil uji t, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reliability, responsiveness, dan tangibel terhadap variabel keputusan pelanggan (Y) secara parsial. Namun terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel assurance dan empathy terhadap variabel keputusan pelanggan (Y) secara parsial.

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian, berikut ini dikembangkan saran bagi perusahaan dan bagi peneliti sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Pada Variabel reliability penulis menyarankan agar pihak hotel MyHome memberikan arahan kepada karyawan untuk bersikap penuh perhatian kepada pelanggan agar pelanggan merasa dihargai pelayanan dengan tepat waktu pada setiap masalah pelanggan agar kebutuhan mereka terpenuhi. Pemberian arahan berupa *briefing* kepada karyawan dapat dilakukan setiap 10 menit sebelum pergantian setiap shif nya.
 - b. Pada variabel responsiveness penulis menyarankan pihak hotel MyHome dapat menambahkan jumlah karyawan untuk menanggapi kurangnya ketersediaan karyawan sehingga pelanggan yang sedang mengalami masalah dapat diatasi.
 - c. Pada variabel tangible penulis menyarankan pihak Hotel MyHome untuk meningkatkan fasilitas dengan menambahkan tv pada ruang lobby untuk menghilangkan kejenuhan pelanggan saat menunggu proses check in/check out, penataan kembali kendaraan bermotor dengan rapi agar pelanggan dapat menemukan area parkir yang kosong dengan mudah serta penampilan karyawan yang lebih terksesan rapi dengan baju berkerah.
 - d. Untuk variabel empathy dan assurance, pihak manajemen hotel MyHome dapat meminta pelanggan yang bersedia untuk memberikan saran kepada pihak hotel melalui resepsionis agar pihak hotel dapat terus menangani dan memberi solusi atas masalah yang pernah di alami pelanggan saat akan meninggalkan/check-out dari hotel.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel lain yang lebih spesifik dan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti variabel faktor bauran pemasaran yang belum diteliti oleh penulis. Selain itu diperlukan jumlah data sampel yang lebih banyak agar dapat menghasilkan data yang lebih berkembang..

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. & G. (2006). Prinsip - Prinsip Pemasaran. In *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Ardial, D. H. (2013). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. In *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Bumi Aksara.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. I. (2014). Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22. In *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Undip.
- Hidayat, A. A. A. (2011). Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data. In Nurchasanah (Ed.), *Metode Peneliian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Salemba Medika.
- Iqbal, H. M. (2013). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. In *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Keller, K. &. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- S.K, S. P. (2016). Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. In *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pad Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. In *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pad Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi ke 3). PrenadaMedia Group.
- Siregar, I. S. (2012). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. In *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sodik, S. S. & A. (2015). Dasar Metodologi penelitian. In *Dasar Metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi. In *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2012). Perilaku Konsumen di Era Internet. In *Perilaku Konsumen di Era Internet* (p. 15). Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2014). Service, Quality & Satisfaction. In *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F. C. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi.
- Umar, D. H. (2014). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. In *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (p. 82). PT. RajaGraha Indo Persada.
- W.Miniard, J. F. E. D. B. (2013). Perilaku Konsmen. In *Perilaku Konsumen* (p. 3). Binarupa Aksara Publisher.
- Werang, D. B. R. (2015). Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial. In *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*. Colpulis.