

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN  
KEPUASAN TAMU TERHADAP  
TINGKAT HUNIAN DI “KUSUMA  
AGROWISATA RESORT &  
CONVENTION HOTEL” KOTA BATU  
MALANG

*By* HARDHITA KUSDHARYANTO

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TAMU TERHADAP TINGKAT HUNIAN DI “KUSUMA AGROWISATA RESORT & CONVENTION HOTEL” KOTA BATU MALANG**

**HARDHITA KUSDHARYANTO**  
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit  
Email: jokotole.keraton@gmail.com

**Abstrak**

Semakin meningkatnya kunjungan wisata di Indonesia harus juga diimbangi dengan peningkatan sarana-sarana penunjang yang penting yang merupakan bagian yang penting dari bidang pariwisata tersebut yaitu industri jasa perhotelan. Persaingan antar hotel dalam memperebutkan tamu atau pelanggan ini menyebabkan hotel selalu menyesuaikan produk jasanya dengan harapan konsumennya. Kualitas layanan (service quality), nilai jasa (service value) dan kepuasan (satisfaction) telah menjadi titik tolak jasa pembaharuan baik operasional maupun konseptual yang lebih menekankan pada hubungan antar ketiganya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Tamu Terhadap Tingkat Occupancy Di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Kota Batu Malang.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu dewasa hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling atau judgemental sampling menggunakan 155 responden tamu hotel. Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin wanita yaitu sebanyak 113 orang (72,90%), sedang pria sebanyak 42 orang (27,10%). Berusia antara 17 sampai 21 tahun sebanyak 51 orang (32,90%). Sebagian responden yaitu berpendidikan Diploma 3 yaitu sebanyak 93 orang (60,00%). Sebagian besar responden yaitu pekerjaannya adalah pegawai swasta sebanyak 44 orang (28,39%). Analisa data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.

Dari penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dengan kepuasan tamu ( $r = 0,784$ ). Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antar kualitas layanan terhadap tingkat hunian sebesar 0,029 (lebih kecil dari 0,05). Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan tamu dengan tingkat hunian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat hunian. Serta kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, kepuasan tamu dan tingkat hunian

## ABSTRACT

The increasing **75** turist visits in Indonesia must also be balanced with an increase in important supporting facilities which are an important part of the tourism sector, namely **the** hospitality service industry. This competition between hotels in fighting for guests or customers causes the hotel to always adjust its service products to the expectations of its customers. Service quality, service value and satisfaction have become the starting points for **18** both operational and conceptual discussion that emphasizes the relationship between the three. **The purpose of this study was to determine the effect of service quality and guest satisfaction on occupancy rates in “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Batu City Malang.**

**The population in this study were the population people in this study were all adult guests of the hotel “Batu Malang Resort Kusuma Agrowisata Resort and Convention”.** The sampling technique used was non probability sampling or judgmental sampling using 155 hotel guest respondents. Characteristics of respondents consisted of female sex as many as 113 people (72.90%), while men were 42 people (27.10%). Aged 17 to 21 years old, 51 people (32.90%). Some respondents were Diploma 3 educated as many as 93 people (60.00%). **Most** of the respondents, namely their jobs are private employees as many as 44 people (28.39%). **Data analysis in this study uses multiple linear regression.**

From **the** research results obtained **that there** is a positive influence between service quality and guest satisfaction ( $b_0 = 0.784$ ) **86** here is a partially significant influence between service quality on occupancy rates of 0.029 (less than 0.05). **There is** a significant influence between guest satisfaction and occupancy rate of 0,000 (less than 0.05). **Based on the results of the study, it was found that the quality of service affected the occupancy rate. And the quality of service affects guest satisfaction..**

**Keywords: Service quality, guest satisfaction and occupancy rate**

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG MASALAH

Hotel adalah sejenis akomodasi, yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu, dan dikelola secara komersial atau memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Hotel merupakan jenis industri yang menghasilkan dan menyediakan sesuatu dalam bentuk barang dan jasa. Dengan demikian hotel tidak hanya menjual produk yang berwujud tetapi juga menjual produk yang tidak berwujud seperti dalam bentuk pelayanan, hiburan, suasana atau lingkungan yang nyaman, bersih dan indah.

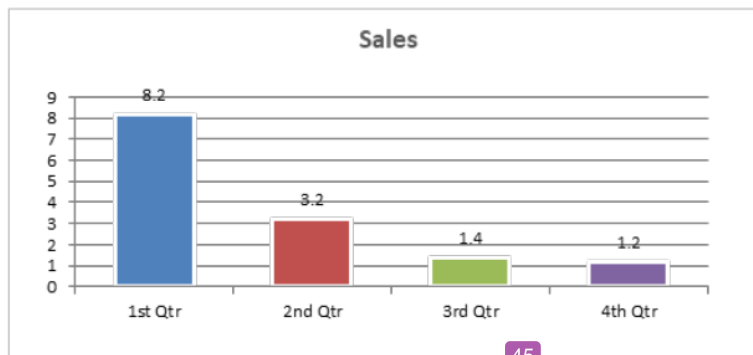
**Kusuma Agrowisata Batu merupakan tempat wisata yang menawarkan konsep wisata agro dipadukan dengan outbound dan water park, sehingga menjadi salah satu destinasi yang cukup menarik di Kota Batu, Jawa Timur. Tempat wisata yang didirikan pada tahun 1991 ini berada**

di wilayah dataran tinggi, dengan ketinggian kurang lebih 1000 meter di atas permukaan laut, sehingga memiliki udara sejuk dengan suasana khas pegunungan, sangat cocok dimasukkan dalam agenda liburan bersama keluarga. Kusuma Agrowisata beralamat di Jl. Abdul Gani Atas PO. BOX 36 Kota Wisata Batu, Jawa Timur 65311.

Permasalahan yang menyebabkan penurunan tingkat hunian kamar ini kemungkinan karena adanya pesaing. Terlihat dari semakin banyaknya pertumbuhan hotel-hotel yang memiliki konsep sejenis ataupun berbeda di kota Batu dan sekitarnya. Persaingan antar hotel dalam memperebutkan tamu atau pelanggan ini menyebabkan hotel selalu menyesuaikan produk jasanya dengan harapan konsumennya. Dalam hal produk pelayanan terhadap pelanggan, Kotler (1986) berpendapat bahwa pemasar dihadapkan pada tiga keputusan yang harus diambil. Pertama, pelayanan atau jasa-jasa apakah yang harus dimasukkan dalam formula pelayanan (customer-service mix). Kedua, tingkat pelayanan yang bagaimana harus ditawarkan? Dan ketiga, dalam bentuk apakah pelayanan itu diberikan?.

Pada saat ini penelitian tentang kualitas layanan (service quality), nilai jasa (service value) dan kepuasan (satisfaction) telah menjadi titik tolak jasa pembahasan baik operasional maupun konseptual yang lebih menekankan pada hubungan antar ketiganya, (Cronin, Brandy & Hult, 2000). Penelitian ini mencoba mengupas persoalan pelayanan dan kepuasan tamu dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian (occupancy) kamar di Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel kota Batu Malang.

85 Gambar 1  
Room Occupancy Kusuma Agrowisata Resort and Convention  
Hotel Kota Batu Malang.



Sumber: Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel 45 2012

### RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Tamu (X2) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Batu Malang.
- Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Batu Malang? 16
- Bagaimana pengaruh Kepuasan Tamu (X2) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang?

51

### TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah :

- Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Tamu (X2) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang. 16
- Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang. 16
- Pengaruh Kepuasan Tamu (X2) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang. 16

63

### MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat:

- Tersusunnya teori yang berkenaan dengan kualitas layanan, kepuasan tamu dan tingkat hunian di industri hospitaliti dan kepariwisataan.
- Sebagai bahan masukan dalam melaksanakan evaluasi kinerja karyawan, penyusunan strategi pemasaran serta penyempurnaan pengembangan produk barang dan jasa..
- Meminimalisasi kesenjangan dan keluhan yang sering terjadi dalam proses operasional layanan di dunia pariwisata dan perhotelan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Landasan Teori

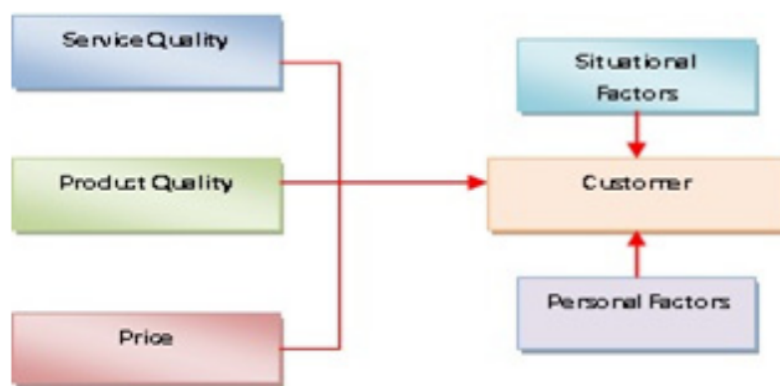
#### Kualitas Layanan (Service Quality)

Kualitas Layanan Menurut Zeithaml (1990 : 19) adalah “Service quality is the extent of discrepancy between customer’s expectations or desires and their perceptions. Berdasarkan pendapat ini dapat diartikan bahwa kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen, karena kualitas layanan mempunyai banyak karakteristik yang berbeda sehingga kualitas layanan sulit untuk didefinisikan atau diukur.

Menurut Boone & Kurtz (1995 : 439) “Service quality refers to the expected perceived quality of service offering. It is primary determinant of customer satisfaction or dissatisfaction”. Yang kurang lebih memiliki arti : bahwa kualitas layanan mengacu pada kualitas yang diharapkan dalam penawaran jasa. Kualitas ditentukan dalam kepuasan atau ketidak puasan konsumen.

Zeithaml et al (1990) terdapat 3 karakteristik kualitas layanan) dan indivisible (tidak dapat dibagi) atau inseparability (tidak dapat yaitu intangible (tidak dapat diraba atau dinyatakan), heterogeneous (beraneka ragam dipisahkan). Intangible,yaitu kualitas layanan bersifat tidak dapat diraba karena kualitas layanan adalah hasil bukan suatu produk, kualitas layanan tidak dapat dilihat, disentuh, atau disimpan,dengan kata lain kualitas layanan tidak mempunyai manifestasi fisik. Kualitas layanan dapat diproses melalui pengalaman. Heterogeneous,bahwa kelitas pelayanan beraneka ragam karena hasil tergantung dari perbuatan yang dijalankan oleh individual yang terlibat, dari produsen ke konsumen yang mungkin tidak mempunyai ekspektasi yang sama. Menurut Schneider & White (2004, p.8) heterogeneity dapat menyebabkan layanan lebih sulit untuk diukur dan dalam melakukan kontrol kualitas untuk menjamin kualitas layanan mempunyai standar yang seragam.Kualitas layanan bersifat indivisible atau inseparability karena proses produksi dan konsumsi terjadi secara serempak. Schneider & White (2004, p.7) menyatakan bahwa fitur yang terpenting dari inseparability dari layanan adalah perusahaan harus berjuang untuk memastikan bahwa ketika layanan sedang diproduksi produsen harus mengetahui jumlah maksimal dari konsumen yang akan memakai layanan tersebut. Hal ini dikarenakan ada beberapa layanan yang dalam satu waktu layanan yang tidak terpakai tidak bisa disimpan atau dipergunakan dalam kesempatan lain

Berdasarkan pemahaman di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk/jasa dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian produk/jasa. Dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang dirasakan (persived service). Dalam hal ini, apabila pelayanan yang diharapkan sesuai dengan harapan konsumen maka kualitas pelayanan yang diberikan tersebut dinilai memuaskan (Parasuraman,et al, 2000:162).



Gambar 2: Model Service Quality

### Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, et al (2000:367), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimensi besar yaitu:

- a Reliability (keandalan), untuk mengukur kemampuan penyedia jasa dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan.
- b Responsiveness (daya tanggap), untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat.
- c Assurance (jaminan), untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya.
- d Empathy (perhatian), untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.
- e Tangible ( bukti fisik), untuk mengukur fasilitas jasa fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi.

### Kesenjangan Pelayanan (SERVQUAL)

Lima kesenjangan (Gap) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Lupiyoadi,2001:150-152) :

- 1 Gap persepsi manajemen
- 2 Gap Spesifikasi Kualitas
- 3 Gap Penyampaian Pelayanan
- 4 Gap Komunikasi Pemasaran
- 5 Gap Dalam Pelayanan Yang Dirasakan

### Kualitas Pelayanan Pada Dunia Perhotelan

Terdapat beberapa standar kualitas pelayanan dalam dunia perhotelan yaitu :

- a Greeting atau pengucapan salam, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:
- b Menggunakan bahasa yang standar, yaitu lengkap dalam menyapa tamu.  
Contoh : Selamat pagi Pak atau Good morning Sir
- c Menggunakan sikap standar yaitu meliputi :
  - Menyapa tamu sebelum tamu menyapa kita
  - Jarak bicara dengan tamu 1-4 meter
  - Bersikap ceria dan semangat.
  - Ketika berbicara, badan menghadap ke tamu serta memandang mata tamu
  - Sedikit membungkuk dan mengangguk.
  - Senyuman
  - Sebut nama tamu bila mengetahui nama tamu.
  - Thanking atau mengucapkan terima kasih kepada tamu dengan menggunakan bahasa yang sopan.

- d Delay and apologizing atau penundaan dan permintaan maaf, yaitu bila terjadi penundaan dikarenakan kurang-siapa petugas akan terjadinya lonjakan tamu, untuk itu kita perlu meminta maaf atas kejadian tersebut.
- e Grooming atau standar penampilan karyawan, yaitu antara lain :
- Rambut karyawan harus pendek dan rapi.
  - Karyawan dilarang memelihara kumis, janggut, dan jambang.
  - Make-up karyawan harus natural.
  - Karyawan diharapkan menghindari baju berbahan tipis.

Dari uraian kualitas pelayanan diatas maka indikator kualitas pelayanan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian (Parasuraman, et al,2000:367).

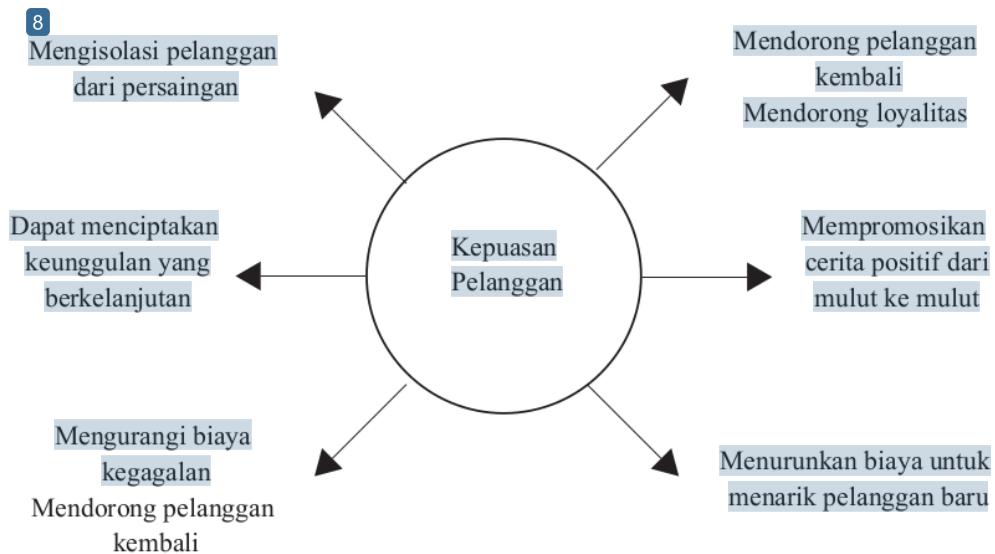
**Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction).**



Sumber : Zeithaml dan Bitner (2000:175)

Gambar 3 : Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan





Sumber : Lovelock (2005:78)

Gambar 4 : Manfaat Kepuasan Pelanggan

#### Manfaat Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan, yaitu :

1. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama.
2. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.
3. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pelanggan.
4. Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang.

#### Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2002:148), ada empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu

1. Sistem keluhan dan saran setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan atau konsumen (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan.

2 Survei kepuasan konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

- a Directly reported satisfaction  
Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.
  - b Derived dissatisfaction  
Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
  - c Problem analysis  
Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. (1), masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. (2), saran-saran untuk melakukan perbaikan.
  - d Importance performance analysis  
Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.
- 3 Ghost shopping.  
Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
- 4 Lost customer analysis  
Metode dengan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih, untuk mengambil kebijakan selanjutnya.

**Tingkat Hunian (Room Occupancy).**

Untuk mencari persentase kamar, dapat digunakan rumusan menurut Sugiarto (2002: 56) sebagai berikut:

Persentase Rata-Rata Tingkat Hunian Hotel

$$\% \text{ single occupancy} = \frac{\text{Jumlah kamar yang terjual}}{\text{Jumlah kamar yang tersedia}} \times 100\% \dots\dots (7)$$

$$\% \text{ double Occupancy} = \frac{\text{Jmlh tamu} - \text{jmlh kamar yg terjual}}{\text{Jumlah kamar yang terjual}} \times 100\% \dots\dots (8)$$

### **Pentingnya Tingkat Hunian Kamar**

Pentingnya tingkat hunian kamar di hotel, menurut Sugiarto (2002: 10) tingkat hunian kamar adalah tolok ukur keberhasilan sebuah hotel. Sementara itu, Sulastiyono (2008: 269) menuliskan bahwa usaha hotel yang berhasil akan terlihat dari tingkat hunian kamarnya. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Menurut prakteknya, hal ini dikarenakan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan kamar hampir setengah dari pendapatan hotel rata-rata.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar**

Foster dalam saduran Yoeti (2003: 55) menuliskan bahwa harga, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar. Sedangkan menurut Suartana (2006: 5), faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain adalah lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar dan promosi.

### **Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan <sup>62</sup>u dengan Tingkat Hunian.**

Menurut Loudon dan Bitta (1984 : 24) ada 3 variabel yang perlu diperhatikan dalam mempelajari perilaku konsumen. Tiga variabel tersebut meliputi variabel stimulus, variabel respon variabel antara. Variabel stimulus dapat berupa produk jasa yang ditawarkan oleh hotel, mulai dari suasana, fasilitas sampai kepada pelayanan dan kenyamanan.

### **Penel<sup>84</sup>an Terdahulu.**

1. Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996), Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996) melakukan penelitian dengan judul "The Behavioral Consequences of Service Quality". Penelitian ini dilakukan di empat perusahaan yaitu computer manufacturer (perusahaan computer), retail chain (jaringan pengecer), life insurer (asuransi jiwa), dan automobile insurer (asuransi kendaraan bermotor). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah mail survey dengan ukuran sampel 12,470. Variabel behavioral intentions diukur dengan skala Likert 7 poin, sedang untuk kualitas layanan digunakan 9 point. Analisis untuk kualitas layanan digunakan SERVQUAL lima dimensi yaitu realibility 5 item, responsiveness 3 item, assurance 4 item, emphyaty 4 item, dan tangible 5 item. Behavioral intentions dalam penelitian ini menggunakan 13 item.

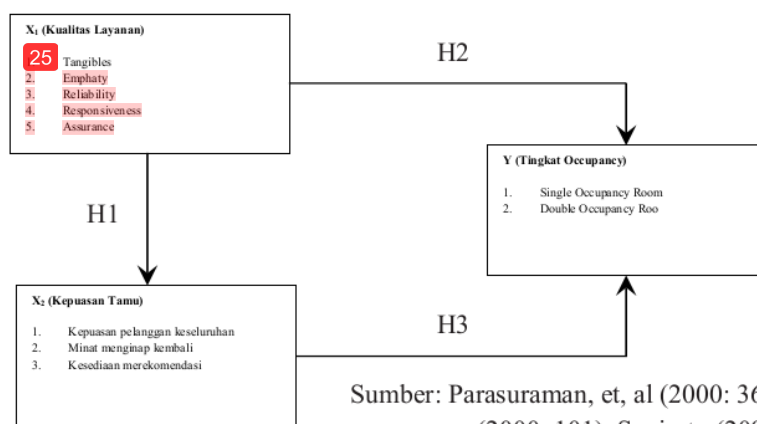
Teknik analisis yang digunakan adalah multiple regression untuk menguji hubungan service quality dengan behavioral intentions. Dalam penelitian ini behavioral intentions dibedakan mejadi dua yaitu perilaku yang (favorable) menguntungkan dan perilaku yang (unfavorable) tidak menguntungkan. Behavioral intentions menurut penelitian ini terdiri atas 5 dimensi yaitu: loyalty, switch, paymore, external response, dan internal response. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbaikan terhadap perilaku yang (favorable) menguntungkan dan akan menurunkan perilaku yang (unfavorable) tidak menguntungkan.

2. Shemwell, Yavas dan Bilgin (1998), Penelitian yang dilakukan oleh Shemwell, yavas dan Bilgin (1998) berjudul “Customer Service Provider Relationship; An Empirical Test of a Model of Service Quality, Satisfaction and Relationship-Oriented Outcomes. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji model kausalitas yang menggambarkan dengan tepat bagaimana kualitas jasa dan tingkat kepuasan berhubungan dengan “relationship-oriented outcome” (hasil-hasil orientasi hubungan) yang relevan termasuk pengurangan keluhan kepada orang lain (perilaku mengeluh), “affective commitment” (ikatan emosional), dan continuance commitment” (meningkatkan kecenderungan untuk meneruskan hubungan antara konsumen dengan penyedia jasa). Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Lisrel Analysis”. Model ini diuji dalam konteks layanan dokter primer dengan menggunakan sampel konsumen Turki. Data penelitian dikumpulkan dengan prosedur drop off dan pick up (buang dan ambil) dari penduduk Istanbul yang berada di Barat Laut Turki. Sebanyak 200 angket disebarakan kepada responden. Penelitian ini mengadopsi konsep kualitas layanan dari Parasuraman et al (1988; 1991) yang diukur dengan Service Quality (SERVQUAL) 22 item. Kepuasan dioperasikan dengan ukuran 5 item sedang Perilaku Mengeluh diukur dengan item tunggal. Affective Commitment dan continuance commitment masing-masing diukur dengan 3 dan 2 item. Kuantifikasi masing-masing variabel menggunakan skala Likert 5 poin, kecuali variabel kualitas menggunakan 7 poin. Dua model analisis yaitu SERVQUAL dan SERVPERF (Service Performance) digunakan sekaligus dalam penelitian ini. Ditemukan bahwa kualitas layanan adalah antecedent dari kepuasan konsumen. Temuan lain adalah adanya hubungan yang positif antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen dengan kecenderungan pembelian kembali. Tingkat kepuasan pelanggan memberikan pengaruh lebih besar daripada tingkat kualitas jasa terhadap kecenderungan pembelian ulang.

### Rerangka Pemikiran

Berdasarkan teori tersebut, maka rerangka pemikiran dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 5: Rerangka Penelitian dalam penelitian



Sumber: Parasuraman, et, al (2000: 367), Tjjiptono (2000: 101), Sugiarto (2002: 56)

## Hipotesis Penelitian

Da<sup>33</sup> kajian terhadap teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi, ditambah dengan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan pen<sup>1</sup>elitian ini, berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- 1 Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (X1) dengan Kepuasan Tamu (X2) di “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang..
- 2 Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (X1) dengan Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.
- 3 Terdapat pengaruh antara Kepuasan Tamu (X2) dengan Tingkat hunian (Y) “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.

## METODE PENELITIAN

### Desain/Rancangan Penelitian

Kualitas layanan berdimensi banyak dan tergantung kepada sudut pandangan masing-masing. Gronroos yang dikutip oleh Ghobadian (1984) menyarikan kualitas layanan kedalam 3 dimensi dengan sudut pandang kasil, fungsi dan organisasi. Senada dengan Gronroos, Lehtinen dan Lehtinen dalam Ghobadian (1994) menyarikan kedalam 3 dimensi yaitu fisik, organisasi dan interaksi. Ada 10 dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et al dalam Dotchin dan Oakland (1994) yaitu Realibility; Responsiveness; Credibility; Competence; Acces; Courtesy; Security; Communication; Tangible; dan Understanding knowing the customer.

### Variabel dan Pengukurannya

Penentuan skor pada masing-masing item pertanyaan<sup>66</sup> terhadap masalah yang diteliti diukur menggunakan Skala Likert (Kinnear dalam Umar, 1997), yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu. Rating-scale dalam pengukuran ter<sup>82</sup>but terdiri atas 5 item pilihan bertingkat mulai dari sangat baik sampai sangat je<sup>5</sup>lek, misalnya sangat baik atau sangat puas (=5), baik atau puas (=4), sedang saja (=3), jelek atau tidak puas (=2), dan sangat jelek atau sangat tidak puas (=1).

21

### Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri atas 2 variabel independent (bebas) dan 1 variabel dependent (terikat). Variabel-variabel bebas itu adalah Kualitas Layanan (X1) yang terdiri atas 5 dimensi yaitu Tangibility; Realibility; Responsiveness; Assurance; dan Emphaty. Variabel bebas kedua adalah Kepuasan Tamu (X2). Sedang variabel terikat adalah Tingkat Okupansi Hotel (Y).

### Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Kumpulan elemen tersebut pada hakekatnya merupakan objek dimana pengamatan

akan dilakukan oleh peneliti. Jika populasi sangat besar maka perlu dilakukan pengambilan sample (sampling). Ide dasar dari pengambilan sample adalah dengan memilih bagian dari elemen populasi, sehingga kesimpulan tentang keseluruhan populasi dapat diperoleh (Cooper and Emory, 1995). Populasi pada penelitiann ini adalah semua tamu dewasa hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.

Dari populasi ini diambil sampel penelitian “non probality sampling” dengan teknik judgemental sampling, dengan jumlah minimal 155 orang tamu. Menurut Ferdinand (2006:225) penentuan sampel berdasarkan 5 kali jumlah variable indicator yang digunakan, dimana jumlah indicator  $31 \times 5 = 155$  responden.

1

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- Kusioner
- Wawancara
- Penyebaran angket
- Dokumentasi
- Jenis dan Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumber datanya, ada dua jenis data yang hendak dikumpulkan melalui penelitian ini:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama. Data primer ini diperoleh dari para tamu hotel yang menjadi sampel penelitian. Dari dokumentasi yang ada di hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang, dan literatur-literatur di Perpustakaan. Data dari para tamu terdiri atas data yang tersurat dalam angket yang disebarkan kepada sampel penelitian dan data ini adalah data yang pokok. Data penunjang misalnya data tentang sejarah hotel, struktur organisasi (organization chart) dan “job description” diperoleh dari dokumen-dokumen dan informasi dari karyawan hotel. Teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi diperoleh dari perpustakaan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber kedua dan seterusnya. Beberapa konsep, teori dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal, tesis, atau sumber lainnya yang peneliti belum menemukan sumber utamanya.

32

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui apakah item-item dalam kuesioner mampu mengukur variabel dalam penelitian ini adalah analisis “product moment” (Arikunto, 1995). Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila probabilitas hasil korelasi ( $\rho$ ) lebih kecil dari 0,05 atau:  $\rho < 0,05$ .

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Arikunto (1993) mengatakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan Alpha Cronbach dengan ketentuan bila nilai Alpha > 0,6 maka semua variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliable

91

### Metode Analisis Data

#### 1. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif menggunakan statistik sebagai alat bantu. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya. Pertama, analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel-variabel kualitas layanan dan kepuasan tamu dengan tingkat hunian. persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2$$

Keterangan:

Y = tingkat occupancy

$X_{1,2}$  = Variabel Bebas

a = Intersep

$a_n$  = Koefisien Regresi variabel bebas n

Kedua, adalah hubungan antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan tamu dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_x$$

Keterangan:

$\bar{Y}$  = Kepuasan tamu

X = Variabel Bebas

a = Intersep

b = Koefisien Regresi variabel bebas n

Persamaan garis linier sederhana di atas dapat diselesaikan rumusan sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i) (\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i \cdot Y_i - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui ketepatan model yang dipakai yang dinyatakan dengan berapa persen variabel dependent (terikat) dijelaskan oleh variabel independent (bebas) didalam model regresi.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dijelaskan dengan rumus berikut ini:

$$R^2 = 1 - \frac{(n-k) \cdot s^2_{(y1,2,\dots,k)}}{(n-1) \cdot s^2_y}$$

3. Uji Hipotesis

**Melakukan uji t**

Tujuannya digunakan untuk menguji tingkatkeberartian pengaruh variable bebas yaitu kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat hunian secara parsial, langkah yang ditempuh yaitu sebagai berikut:

Jika t hitung > t table maka Ho ditolak dan menerima Ha, maka ada pengaruh antara variable X terhadap variable Y

Jika t hitung < t table maka Ho diterima dan menolak Ha, maka tidak ada pengaruh antara variable X terhadap variable Y.

**Melakukan uji F**

Uji F (test) digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis statistik yang diajukan untuk F test adalah:

H<sub>0</sub> : a<sub>1</sub> = a<sub>2</sub> = 0

H<sub>1</sub> : a<sub>1</sub> ≠ a<sub>2</sub> ≠ 0

Uji simultan dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel atau signifikansi F dengan α sebesar 5%. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau signifikansi F < 5%, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis statistik (H<sub>0</sub>) ditolak untuk menerima hipotesis alternative (H<sub>A</sub>), artinya bahwa variabel-variabel bebas secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap perubahan variabel terikat.

Statistik F yang digunakan untuk menguji hipotesis 0(nul) dirumuskan sebagai berikut: (Sudjana, 1996).

$$F = \frac{(JK_{reg} / k)}{(JK_{res} / (n - k - 1))}$$

Jumlah kuadrat-kuadrat regresi (JK<sub>reg</sub>) dapat dihitung dari:

$$JK_{reg} = a_1 \sum x_{1i} y_i + a_2 \sum x_{2i} y_i + \dots + a_k \sum x_{ki} y_i$$

Dengan derajat kebebasan dk = k.



Jumlah kuadrat-kuadrat residu (JK<sub>reg</sub>) dihitung dari:

$$JK_{reg} = \sum(Y_i - \hat{Y}_i)^2$$

Dengan menggunakan koefisien korelasi ganda R, tingkat keberarti<sup>74</sup> korelasi maupun regresi dapat diuji dengan menggunakan uji F yang rumusnya sebagai berikut:

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

dengan<sup>60</sup> k menyatakan variabel bebas dan n = ukuran n sampel. Statistik F ini berdistribusi F dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = (n - k - 1).

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

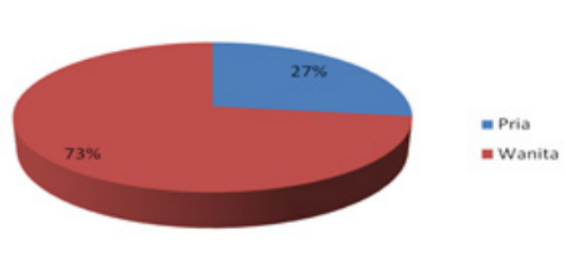
### Deskriptif Hasil Penelitian

#### Karakteristik Responden

Kuesioner penelitian disamping menanyakan pendapat responden mengenai motivasi dan kinerja juga diteliti mengenai karakteristik demografi responden yang menyangkut jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Berikut adalah hasil penelitian yang menyangkut karakteristik tersebut :

#### Distribusi jenis kelamin responden

Berikut adalah distribusi jenis kelamin responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang :



Gambar 4.1

Jenis kelamin responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.1  
Distribusi jenis kelamin responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel”  
Batu Malang

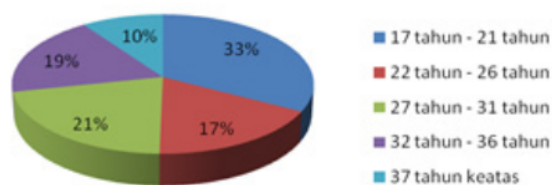
No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki – Laki	42	27.10
2	Wanita	113	72.90
	Total	155	100

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.1 dan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 113 orang (72,90%), sedangkan pria sebanyak 42 orang (27,10).

#### Distribusi Usia responden

Berikut adalah distribusi usia responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang :



Gambar 4.2

Usia responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.2  
Distribusi usia responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel”  
Batu Malang

No	Usia	Frekuensi	Persen
1	17 tahun - 21 tahun	51	32.90
2	22 tahun - 26 tahun	27	17.42
3	27 tahun - 31 tahun	33	21.29
4	32 tahun - 36 tahun	29	18.71
5	37 tahun keatas	15	9.68
	Total	155	100

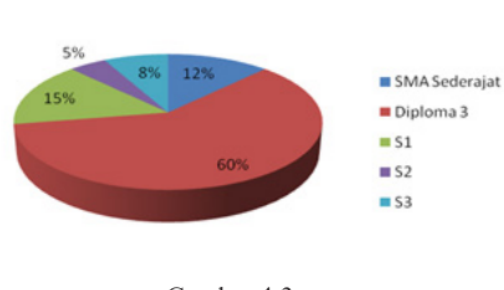
Sumber : Lampiran

34

Berdasarkan Gambar 4.2 dan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang yaitu berusia antara 17 sampai 21 tahun sebanyak 51 orang (32,90%). Kemudian urutan kedua adalah yang berusia 27 sampai 31 tahun yaitu sebanyak 33 orang (21,29%).

#### Distribusi Pendidikan responden

Berikut adalah distribusi pendidikan responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang:



Gambar 4.3

Pendidikan responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.3

Distribusi pendidikan responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

No	Pendidikan	Frekuensi	Persen
1	SMA Sederajat	19	12.26
2	Diploma 3	93	60.00
3	S1	24	15.48
4	S2	7	4.52
5	S3	12	7.74
	Total	155	100

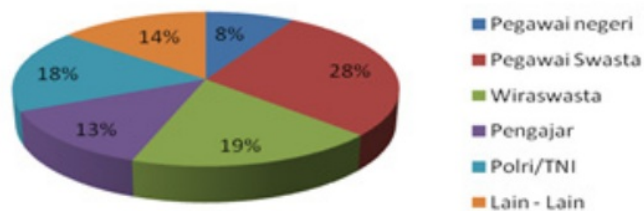
Sumber : Lampiran

31

Berdasarkan Gambar 4.3 dan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu berpendidikan Diploma 3 yaitu sebanyak 93 orang (60,00%), kemudian Sarjana S1 sebanyak 24 orang (15,48%).

### Distribusi pekerjaan responden

Berikut adalah distribusi lama bekerja responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang:



Gambar 4.4

Lama bekerja responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.4

Distribusi Lama bekerja responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persen
1	Pegawai negeri	13	8.39
2	Pegawai Swasta	44	28.39
3	Wiraswasta	29	18.71
4	Pengajar	20	12.90
5	Polri/TNI	27	17.42
6	Lain – Lain	22	14.19
	Total	155	100

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.4 dan <sup>5</sup> Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu pekerjaannya adalah pegawai swasta sebanyak 44 orang (28,39%), kemudian wiraswasta sebanyak 29 orang (18,71%) serta pekerjaan Polr/TNI yaitu sebanyak 27 orang (17,42%).

11

### Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden merupakan hasil jawaban responden pada masing-masing variable penelitian. Deskriptif jawaban akan dijelaskan berdasarkan distribusi frekuensi responden yang diolah dengan menggunakan descriptive statistics pada bagian frequencies dari SPSS versi 20.00. Statistic tersebut akan menampilkan nilai frekuensi dan persentase. Frekuensi terbanyak menggambarkan nilai modus atau jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden. Untuk menentukan nilai rerata responden termasuk dalam kategori tertentu maka berikut adalah aturan kategorinya :

$$\text{Interval Kelas (Durianto, 2001:45)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Interval kelas tersebut digunakan untuk mengkategorikan tingkatan penilaian untuk masing-masing variabel seperti yang diperlihatkan pada tabel 4.5

Tabel 4.5

Kategori Skala Penilaian Untuk Masing-masing Rata-rata Variabel Penelitian

Skala	Nilai	Kategori
$1,00 \leq X \leq 1,75$	1	Sangat rendah
$1,76 \leq X \leq 2,50$	2	Rendah
$2,51 \leq X \leq 3,25$	3	Tinggi
$3,26 \leq X \leq 4,00$	4	Sangat tinggi

Sumber : data diolah

Berikut adalah penjelasan dari hasil pengujian tersebut :

### Kualitas Layanan

Merupakan seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai harapan pelanggan. Berikut adalah deskriptif jawaban responden akan kualitas layanan.

Tabel 4.6.  
Hasil Uji Deskriptif Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Skor				Total	Mean	Kriteria
		1	2	3	4			
1	X1.1	1	15	74	65	513	3.310	Sangat tinggi
2	X1.2	0	16	96	43	492	3.174	Tinggi
3	X1.3	0	81	35	39	423	2.729	Tinggi
4	X1.4	1	77	39	38	424	2.735	Tinggi
5	X1.5	7	69	41	38	420	2.710	Tinggi
6	X1.6	1	12	68	74	525	3.387	Sangat Tinggi
7	X1.7	0	13	89	53	505	3.258	Tinggi
8	X1.8	0	68	43	44	441	2.845	Tinggi
9	X1.9	1	67	41	46	442	2.852	Tinggi
10	X1.10	11	55	46	43	431	2.781	Tinggi
11	X1.11	22	58	27	48	411	2.652	Tinggi
12	X1.12	0	71	58	26	420	2.710	Tinggi
13	X1.13	5	69	33	48	434	2.800	Tinggi
14	X1.14	14	48	50	43	432	2.787	Tinggi
15	X1.15	10	56	42	47	436	2.813	Tinggi
16	X1.16	30	57	55	13	361	2.329	Rendah
17	X1.17	1	64	44	46	445	2.871	Tinggi
18	X1.18	3	60	28	64	463	2.987	Tinggi
19	X1.19	1	10	66	78	531	3.426	Sangat Tinggi
20	X1.20	0	11	85	59	513	3.310	Sangat Tinggi
21	X1.21	0	68	35	52	449	2.897	Tinggi
22	X1.22	1	67	33	54	450	2.903	Tinggi
Mean keseluruhan							2.921	Tinggi

Sumber : Lampiran

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa keseluruhan responden memberikan tanggapan yang tinggi mengenai kualitas layanan, dimana untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,426 yaitu indikator ” Keramahan sikap dari karyawan dan staf dalam memberikan pelayanan”, sedangkan rata-rata terendah sebesar 2,329 terdapat pada indikator ”Keluasan parkir area yang aman untuk kendaraan”.

#### 4.4 Kepuasan Tamu

Merupakan perasaan senang/kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesan terhadap hasil produk dan harapannya. Berikut adalah deskriptif jawaban responden akan kepuasan tamu.

Tabel 4.7  
Hasil Uji Deskriptif Kepuasan tamu

No	Pernyataan	Skor				Total	Mean	Kriteria
		1	2	3	4			
1	X2.1	3	12	35	105	552	3.561	Sangat Tinggi
2	X2.2	2	13	46	94	542	3.497	Sangat Tinggi
3	X2.3	2	13	39	101	549	3.542	Sangat Tinggi
4	X2.4	10	5	46	94	534	3.445	Sangat Tinggi
5	X2.5	11	4	55	85	524	3.381	Sangat Tinggi
6	X2.6	7	8	43	97	540	3.484	Sangat Tinggi
7	X2.7	9	12	74	60	495	3.194	Tinggi
8	X2.8	6	9	52	88	532	3.432	Sangat Tinggi
9	X2.9	6	10	61	78	521	3.361	Sangat Tinggi
Mean keseluruhan							3.433	Sangat Tinggi

Sumber : Lampiran

Pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,561 terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,194 pada indikator ”Menginap di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.

### Tingkat Hunian (Occupancy)

Merupakan Perbandingan kamar yang terjual dibandingkan dengan total seluruh kamar yang available atau bisa dijual. Berikut adalah deskriptif jawaban responden akan tingkat occupancy, dimana tingkat occupancy terendah sebesar 13,54%, sedangkan tingkat occupancy tertinggi sebesar 100%.

### Analisis Hasil dan Pengujian Hipotesis

#### Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen atau kuesioner. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diukur. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila probabilitas hasil korelasi ( $\rho$ ) lebih kecil dari 0,05 atau:  $\rho < 0,05$

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Untuk Masing-Masing Indikator Pada Seluruh Variabel

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0.524	0.000	Valid
	X1.2	0.563	0.000	Valid
	X1.3	0.615	0.000	Valid
	X1.4	0.608	0.000	Valid
	X1.5	0.605	0.000	Valid
	X1.6	0.726	0.000	Valid
	X1.7	0.771	0.000	Valid
	X1.8	0.932	0.000	Valid
	X1.9	0.944	0.000	Valid
	X1.10	0.889	0.000	Valid
	X1.11	0.879	0.000	Valid
	X1.12	0.783	0.000	Valid
	X1.13	0.903	0.000	Valid
	X1.14	0.634	0.000	Valid
	X1.15	0.835	0.000	Valid
	X1.16	0.735	0.000	Valid
	X1.17	0.936	0.000	Valid



	X1.18	0.564	0.000	Valid
	X1.19	0.759	0.000	Valid
	X1.20	0.814	0.000	Valid
	X1.21	0.937	0.000	Valid
	X1.22	0.943	0.000	Valid
Kepuasan Tamu	X2.1	0.851	0.000	Valid
	X2.2	0.850	0.000	Valid
	X2.3	0.885	0.000	Valid
	X2.4	0.927	0.000	Valid
	X2.5	0.906	0.000	Valid
	X2.6	0.905	0.000	Valid
	X2.7	0.771	0.000	Valid
	X2.8	0.828	0.000	Valid
	X2.9	0.827	0.000	Valid

Sumber : Lampiran

58

Berdasarkan Tabel 4.8 didapat probabilitas hasil korelasi ( $\rho$ ) lebih kecil dari 0,05 atau:  $\rho < 0,05$ , maka item untuk masing-masing indikator pada seluruh variabel dinyatakan valid. Sedangkan untuk variable tingkat occupancy tidak diuji validitas

#### 55 Reliabilitas

Suatu instrumen (keseluruhan indikator) dianggap sudah cukup reliabel bilamana Alpha Cronbach  $> 0,6$ , berikut ini berhitungan uji reliabilitas.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,966	Reliabel
Kepuasan tamu	0,956	Reliabel

Sumber : Lampiran

P<sup>73</sup> Tabel 4.9 nilai Alpha Cronbach masing-masing variabel dinyatakan sudah reliable karena lebih besar dari 0,6, dengan demikian variabel sudah dinyatakan reliable dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian

<sup>54</sup>  
**Analisis Model Regresi Linier Berganda**

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya digunakan alat untuk menganalisis data yaitu dengan menggunakan model regresi linier berganda. Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan perangkat lunak<sup>65</sup> computer program SPSS diperoleh nilai konstanta dan koefisien-koefisien regresi sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.10

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Model 1**

No.	Variabel	Koefisien Regresi	Standar error
1	(Constant)	0.784	0.937
2	Kualitas pelayanan	0.030	0.014
3	Kepuasan tamu <sup>57</sup>	0.140	0.032
$R = 0,784$ $R \text{ Square} = 0,615$ $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 0,610$			

Sumber : Lampiran 4

<sup>24</sup>  
**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi Model 2**

No.	Variabel	Koefisien Regresi	Standar error
1	(Constant)	0.568	0.321
2	Kualitas pelayanan <sup>1</sup>	0.674	0.170
$R = 0,776$ $R \text{ Square} = 0,602$ $\text{Adjusted } R \text{ Square} = 0,600$			

<sup>5</sup>  
 Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel 4.10 dan table 4.11 maka dapat diperoleh suatu persamaan regresi linier yaitu :

Persamaan 1

$$Y = 0,784 + 0,030X_1 + 0,140X_2$$

Persamaan 2

$$Y = 0,568 + 0,674X_1$$

Dari persamaan regresi 1 diketahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat occupancy. Pengaruh yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara kualitas layanan dan kepuasan tamu dengan tingkat occupancy serta sebaliknya bila negatif maka menunjukkan bahwa tingkat occupancy akan berubah tidak searah dengan kualitas layanan dan kepuasan tamu. Nilai konstanta regresi ( $b_0$ ) = 0,784 mempunyai arti yaitu jika nilai  $X_1$ ,  $X_2 = 0$  maka garis persamaan regresi tersebut memotong di sumbu  $Y = 0,784$ . Dengan pengertian bahwa jika kualitas layanan dan kepuasan tamu sama dengan nol maka tingkat occupancy akan sebesar 0,784.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat occupancy dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi.

Nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,030 mempunyai arti yaitu jika kualitas layanan berubah sebesar 1 satuan dengan anggapan variable lain tetap maka akan diikuti oleh perubahan tingkat occupancy (Y) sebesar 3,0% dengan arah yang sama atau tingkat occupancy akan bertambah sebesar 3,0 %.

Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,140 mempunyai arti yaitu jika kepuasan tamu ( $X_2$ ) berubah sebesar 1 satuan dengan anggapan variable lain tetap maka akan diikuti oleh perubahan tingkat occupancy (Y) sebesar 14,0 % dengan arah yang sama atau tingkat occupancy akan bertambah sebesar 14,0 %.

Dari persamaan regresi 2 diketahui besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu. Pengaruh yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara kualitas layanan dengan kepuasan tamu serta sebaliknya bila negatif maka menunjukkan bahwa kepuasan tamu akan berubah tidak searah dengan kualitas layanan. Nilai konstanta regresi ( $b_0$ ) = 0,568 mempunyai arti yaitu jika nilai  $X_1 = 0$  maka garis persamaan regresi tersebut memotong di sumbu  $Y = 0,568$ . Dengan pengertian bahwa jika kualitas layanan sama dengan nol maka kepuasan tamu akan sebesar 0,568.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan tamu dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi.

Nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,674 mempunyai arti yaitu jika kualitas layanan berubah sebesar 1 satuan dengan anggapan variable lain tetap maka akan diikuti oleh perubahan kepuasan tamu sebesar 67,4% dengan arah yang sama atau kepuasan tamu akan bertambah sebesar 67,4 %.

## Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda

### Persamaan 1

Berdasarkan Tabel 4.10 untuk mengetahui seberapa besar variable tergantung dapat dijelaskan oleh variable bebas maka dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi  $R^2$  (R square) yaitu sebesar 0,615, menunjukkan bahwa sekitar 61,5% tingkat occupancy dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepuasan tamu. Sedangkan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variable lain di luar persamaan (model regresi).

Adjusted R Square atau dikenal juga sebagai  $R^2$  yang telah disesuaikan adalah  $R^2$  yang telah dibebaskan dari pengaruh derajat bebas. Hal ini berarti bahwa  $R^2$  benar-benar menunjukkan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap variabel tergantung (Y). Adjusted  $R^2$  diperoleh 0,610, berarti pengaruh sesungguhnya variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sebesar 61,0%, sedangkan sisanya sebesar 39,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Koefisien korelasi (R) merupakan ukuran kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan suatu variable dengan variable yang lain. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,784, berarti keeratan hubungan antara tingkat occupancy dengan kualitas layanan dan kepuasan tamu adalah sebesar 0,784.

### Persamaan 2

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk mengetahui seberapa besar variable tergantung dapat dijelaskan oleh variable bebas maka dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi  $R^2$  (R square) yaitu sebesar 0,776, menunjukkan bahwa sekitar 77,6% kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Sedangkan sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh variable lain di luar persamaan (model regresi).

Adjusted R Square atau dikenal juga sebagai  $R^2$  yang telah disesuaikan adalah  $R^2$  yang telah dibebaskan dari pengaruh derajat bebas. Hal ini berarti bahwa  $R^2$  benar-benar menunjukkan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan terhadap variabel tergantung (Y). Adjusted  $R^2$  diperoleh 0,602, berarti pengaruh sesungguhnya variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sebesar 60,2%, sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Koefisien korelasi (R) merupakan ukuran kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan suatu variable dengan variable yang lain. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,776, berarti keeratan hubungan antara kepuasan tamu dengan kualitas layanan adalah sebesar 0,776

## Uji Hipotesis

### Uji F

Uji F digunakan untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4.12  
 Hasil Perhitungan Uji F Model 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6.169	2	3.084	121.429	0.000
Residual	3.860	152	0.025		
Total	10.028	154			

Sumber : Lampiran 4

40  
 Tabel 4.13  
 Hasil Perhitungan Uji F Model 2

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3347.451	1	3347.451	231.863	0.000
Residual	2208.898	153	14.437		
Total	5556.348	154			

Sumber : Lampiran 4

#### Persamaan 1

Berdasarkan Tabel 4.12, dari hasil perhitungan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil Fhitung sebesar 121,429 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan dan kepuasan tamu secara bersama-sama dengan variabel tergantung tingkat occupancy diterima.

#### Persamaan 2

Berdasarkan Tabel 4.13, dari hasil perhitungan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil Fhitung sebesar 231,863 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan secara bersama-sama dengan variabel tergantung kepuasan tamu diterima.

#### Uji t

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil uji t dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.14  
 Hasil Perhitungan Uji t Model 1

Variabel	t hitung	Signifikan	Keterangan
Kualitas layanan	2.205	0.029	Berpengaruh
Kepuasan tamu	4.414	0.000	Berpengaruh
Variable terikat	Tingkat occupancy		

Sumber : Lampiran 4

Tabel 4.15  
 Hasil Perhitungan Uji t Model 2

Variabel	t hitung	Signifikan	Keterangan
Kualitas layanan	3.962	0.000	Berpengaruh
Variable terikat	Kepuasan tamu		

Sumber : Lampiran 4

#### Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap tingkat occupancy

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan nilai t hitung sebesar 2,205 dengan nilai signifikan sebesar 0,029 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat occupancy.

#### Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap tingkat 2 occupancy

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan nilai t hitung sebesar 4,414 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti kepuasan tamu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tamu mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat occupancy.

#### Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan tamu

Berdasarkan Tabel 4.15 didapatkan nilai t hitung sebesar 3,962 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan tamu.

## PEMBAHASAN

Berikut akan di bahas satu per satu variabel berdasarkan kajian teori dan fenomena :

### **Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap tingkat occupancy**

Berdasarkan hasil perhitungan didapat bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih satu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Kesalahan memahami perilaku pelanggan merupakan awal dari kegagalan di dalam melakukan kegiatan pemasaran dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Disebabkan kualitas layanan yang diberikan Hotel dapat mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan dan oleh sebab itu peningkatan kualitas pelayanan sangat diutamakan. Menurut Lupiyoadi (2001:158) kualitas layanan terutama untuk industri jasa sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. Apabila konsumen merasa puas, maka besar kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang, selanjutnya kecenderungan mereka akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain.

Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan "Pelayanan yang diberikan Hotel". Sedangkan rata-rata terendah pada indikator "Mengingat di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel".

### **Pengaruh kepuasan tamu terhadap tingkat occupancy**

Berdasarkan hasil perhitungan didapat bahwa kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations). Sebaliknya pelanggan yang tidak puas dengan kualitas layanan akan membuat yang bersangkutan tidak melakukan pembelian di masa datang atau berpindah ke produk dan layanan lain. Akibat yang lebih buruk lagi adalah jika dia menceritakan hal ini pada orang lain sehingga dapat mempengaruhi dan merusak citra produk atau layanan.

Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,561 terdapat pada pernyataan "Pelayanan yang diberikan Hotel". Sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,194 pada indikator "Mengingat di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel".

### **Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan tamu**

Berdasarkan hasil uji t diperoleh keterangan bahwa variabel Kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel "Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel" Batu Malang.. Pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam usaha perhotelan, pelayanan yang baik membuat para pengunjung merasa betah menginap di hotel "Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel" Batu Malang. Karyawan hotel dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh pengunjung hotel. Hal yang tidak boleh

dilupakan oleh para karyawan hotel adalah memberikan senyum ramah kepada para pengunjung sebagai wujud rasa empati mereka. Kesan pertama pengunjung pada pelayanan hotel sangat menentukan kepuasan pengunjung. Hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang, tentunya punya prosedur standart pelayanan kepada konsumen. Karyawan beserta seluruh staff hotel harus memberikan rasa aman dan rasa nyaman kepada para pengunjung, senantiasa menjaga suasana yang tenang di lingkungan sekitar hotel merupakan bentuk pelayanan yang baik kepada para pengunjung karena pada dasarnya pengunjung hotel membutuhkan ketenangan didalam hotel. Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah pada indikator ”Mengingat di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.

22

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dikemukakan dapat diambil kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

- 1 Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin wanita yaitu sebanyak 113 orang (72,90%), sedangkan pria sebanyak 42 orang (27,10). Berusia antara 17 Sampai 21 tahun sebanyak 51 orang (32,90%). Sebagian besar responden yaitu berpendidikan Diploma 3 yaitu sebanyak 93 orang (60,00%). Sebagian besar responden yaitu pekerjaannya adalah pegawai swasta sebanyak 44 orang (28,39%).
- 2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat hunian, hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah pada indikator ”Mengingat di Hotel serta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.
- 3 Kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations). Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,561 terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,194 pada indikator ”Mengingat di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.
- 4 Kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.. Pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam usaha perhotelan, pelayanan yang baik membuat para pengunjung merasa betah menginap di hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.



- 5 Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dan kepuasan tamu ( $\beta = 0,784$ ). Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap tingkat hunian sebesar 0,029 (lebih kecil dari 0,05). Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan tamu dengan tingkat hunian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05).
- 6 Dominan faktor yang mempengaruhi faktor Kualitas Layanan terhadap Tingkat Hunian.

### Implikasi Hasil Penelitian

#### Implikasi Teoritis

Kesimpulan yang dihasilkan oleh penelitian ini membawa beberapa implikasi teoritis sebagai berikut :

- 1 Ukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.
- 2 Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka peluangnya merasa puas atau amat gembira (Kotler dan Armstrong, 2001:9) Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain (Tjiptono, 2002:58).

#### Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, variabel store image, ekspektasi pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga implikasi manajerial adalah sebagai berikut :

- 1 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Pihak manajemen harus memperhatikan layanan yang baik, sehingga nantinya pelanggan akan menginap kembali.
- 2 Kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations), pihak manajemen harus memperhatikan kepuasan pelanggan, sehingga nantinya konsumen akan menginap kembali ke hotel tersebut.

### Implikasi Hasil Penelitian

#### Implikasi Teoritis

Kesimpulan yang dihasilkan oleh penelitian ini membawa beberapa implikasi teoritis sebagai berikut :

- 1 Ukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

- 2 <sup>6</sup> Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka p<sup>19</sup> belinya merasa puas atau amat gembira (Kotler dan Armstrong, 2001:9) Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain (Tjiptono, 2002:58).

### Implikasi Manajerial

<sup>20</sup> Berdasarkan hasil penelitian, variabel store image, ekspektasi pelanggan merupakan variabel <sup>47</sup> yg berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga implikasi manajerial adalah sebagai berikut :

- 1 <sup>2</sup> kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih satu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Pihak manajemen harus memperhatikan layanan yang baik, sehingga nantinya pelanggan akan menginap kem<sup>1</sup> li.
- 2 Kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan m<sup>26</sup> lakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations), pihak manajemen harus memperhatikan kepuasan pelanggan, sehingga nantinya konsumen akan menginap kembali ke hotel tersebut

### Saran

Bagi manajemen, indikator-indikator yang rendah atau peluang ditingkatkan di setiap variabelnya yang meliputi kualitas layanan parkir hotel yang kurang aman dan nyaman, diperlukan area parkir terpusat dan terpadu yang dapat dikontrol dengan cepat dan mudah dengan sistem pelayanan parkir elektronik, parking allotment system dan parking basement untuk cctv dan pengawasan kendaraan tamu 24 jam, keramahan sikap karyawan dalam pelayanan terus ditingkatkan, karena kepuasan tamu yang memenuhi tingkat harapan tamu sangat penting melalui tindakan manajemen yang dapat berimplikasi positif seperti cross training karyawan, reward, ataupun kegiatan gathering karyawan untuk memupuk solidaritas intern perusahaan guna membangun character building staf.

Bagi peneliti, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai variable kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat hunian dihubungkan dengan hasil angket di lapangan yang berpeluang ditingkatkan dari tinggi atau rendahnya nilai dari indicator-indikator tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adimingsih, Sri, (1993) Statistik, Edisi Pertama, cetakan I, BPFE, Yogyakarta.
- Ahmadi, Edi, (1991), Pariwisata dan Strategi Pemasaran Hotel Pada Daerah Wisata Lombok, Program MM, Unair, Surabaya.
- Anderson, EWC Fornell dan DR. Lehmann (1994) Customer Satisfaction, Market Share and Profitability, *Journal of Marketing*, Vol. 58, July p. 53-66.
- Andorka, Frank H. Jr. (1998) Crowne Survey Business Travellers Trends, *Journal Hotel And Motel Management*, Vol: 213 p. 4-14.
- 56 Arikunto, Suharsimi, (1993) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- 43 Baggs, Scott C, dan Brian H. Kleiner, (1996) How to measure customer service effectively, *Managing Service Quality*, Vol. 6, No. 1, 36-39.
- 46 Bitner, Booms and Mohr, (1994) Critical Service Encounters: The employee's Viewpoint *Journal of Marketing*, Oktober pp. 95 – 106.
- 37 Bowen, John T, Shoemaker, Stowe (1998) Loyalty: A Strategic Commitment, *Journal Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol: 39 p. 12 – 25.
- 1 Callan, Roger J, (1998) Attributional Analysis of Customer's Hotel Selection Criteria by U.K. Grading Scheme Categories, *Journal of Travel Research*, Vol. 36, p. 20 -34.
- 36 Cronin, JJ, Michael K Brandy and Thomas Hult (2000) Asseing The Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral intention in Service Quality Invironments, *Journal of Retailing*, vol. 76, 193 – 218.
- 23 Dabholkar, PA dan C. David Shepherd (1996) A Comprehensive Framework for Service Quality: an Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues Through a Longitudinal Study, *Journal of Retailing*, Vol. 76, No. 2, 139.
- 12 Diyak, Mulaleha, (1995), Pengembangan Pariwisata, *Majalah Usahawan*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- 28 Diarwanto, PS, (1996), *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam penelitian*, Liberty, Yogyakarta.
- Engel, James F, Ronger D. Blackwell and Paul W. Miniard (1996), *Consumer Behavior*, Fifth Edition, The Dryden Press, Chicgo.
- 12 Ghobardian, Abby, Simon Speller, S, and Matthew Jones (1994), Service Quality Consept And Model, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 11, No.9, p. 43 – 66.
- 27 Gronroos, Christian (1998), Marketing services: The Case of a missing Product, *Journal Of Business & Industrial Marketing*, Vol. 13, No. 4/5, 322 – 338.

- 39  
Groth, John C, and Richard T. Dye (1999), Service Quality, Precieved Value, Expectation Shortfalls and Bonuses, *Managing Service Quality*, Vol. 9, NO. 4, 274 – 285.
- 14  
Hutabarat, Jemsly (2000), *Visi Kualitas Jasa; Membahagiakan Pelanggan” Kunci Sukses Bisnis Jasa*, *Manajemen & Usahawan Indonesia*, Vol. 26, No,5.
- 30  
----- (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, Prenhallio, Jakarta.
- (1997), *Manajemen pemasaran, Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid II, Prenhallio, Jakarta.
- 28  
Loudon, David L.; and Albert J. Della Bitta (1984), *Consumer Behavior, Concept and Application*, Mc. Graw Hil, New York.
- 52  
Mustika Widowati (1998), *Analisis faktor-faktor Startegic yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Kinerja Industri Perbankan di Indonesia*, Tesis, Universitas Gajah, Yogyakarta.
- Pandit, Nyoman S. (1995), *Mata rantai pendukung pariwisata*, *Majalah Property Indonesia*, November 1995.
- 11  
Putra, Ida Bagus U. (1994), *Faktor Analisis Atas Variabel-variabel yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Untuk Menginap di Shanti Village Beach Hotel*, Tesis, Unair, Surabaya.
- 70  
Schiffmant, LeonG. And LL. Kanuk (1994), *Consumer Behavior, Fifth Edition*, Prentice Hall Int, New Jersey.
- 76  
Shemwell DJ, Ugur Yavas, dan Zeynep Bilgin (1998), *Customer Service provider Relationship; an empirical tes a model of service quality, satisfaction and Relationship-oriented outcome*, *International of Service Industry Management*, Vol. 9, No. 2, 155 – 168.
- Soekadijo RG, (1996), *Anatomi Pariwisata*, PT. Gramedia, Jakarta.
- 14  
Suhartanto, Dwi (2000), *Efek kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen*, *Jema*, Vol. 19, No. 7.
- Sulastiono A(1999), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu, DH. Irawan,(1990), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta.
- Tiipto, Fandy (1995), *Strategi Bersaing*, Andi Ofset, Yogyakarta.
- 21  
Umar, Husein (1999), *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran, Dilengkapi dengan 8 Bahasan Komprehensif Kasus Pemasaran* PT. Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TAMU TERHADAP TINGKAT HUNIAN DI “KUSUMA AGROWISATA RESORT & CONVENTION HOTEL” KOTA BATU MALANG

ORIGINALITY REPORT

## 23%

SIMILARITY INDEX

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet	187 words — 2%
2	<a href="https://eprints.upnjatim.ac.id">eprints.upnjatim.ac.id</a> Internet	138 words — 1%
3	<a href="https://ejournal.uniska-kediri.ac.id">ejournal.uniska-kediri.ac.id</a> Internet	92 words — 1%
4	<a href="http://www.calyawisata.com">www.calyawisata.com</a> Internet	86 words — 1%
5	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet	81 words — 1%
6	<a href="https://repository.stp-bandung.ac.id">repository.stp-bandung.ac.id</a> Internet	72 words — 1%
7	<a href="http://www.damandiri.or.id">www.damandiri.or.id</a> Internet	60 words — 1%
8	<a href="https://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet	56 words — 1%
9	<a href="https://fr.scribd.com">fr.scribd.com</a> Internet	50 words — 1%
10	Slamet Haryono. "ISLAMIC VALUES DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN AKUNTANSI",	38 words — < 1%

11	<a href="http://repository.unair.ac.id">repository.unair.ac.id</a> Internet	37 words — < 1%
12	<a href="http://jurnal.untag-sby.ac.id">jurnal.untag-sby.ac.id</a> Internet	34 words — < 1%
13	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet	34 words — < 1%
14	<a href="http://mbj.wisnuwardhana.ac.id">mbj.wisnuwardhana.ac.id</a> Internet	33 words — < 1%
15	<a href="http://ar.mian.fisip-unmul.ac.id">ar.mian.fisip-unmul.ac.id</a> Internet	33 words — < 1%
16	<a href="http://www.barayagaluh.com">www.barayagaluh.com</a> Internet	32 words — < 1%
17	<a href="http://gurupembaharu.com">gurupembaharu.com</a> Internet	31 words — < 1%
18	<a href="http://publishing-widyagama.ac.id">publishing-widyagama.ac.id</a> Internet	31 words — < 1%
19	Verri Ginoga. "PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG DAN KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA HUTAN BUKIT BANGKIRAI KUTAI KARTA NEGARA KALIMANTAN TIMUR", JURNAL ECONOMIC RESOURCE, 2019 Crossref	30 words — < 1%
20	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet	30 words — < 1%
21	<a href="http://repository.unika.ac.id">repository.unika.ac.id</a> Internet	30 words — < 1%
22	<a href="http://repository.stiesia.ac.id">repository.stiesia.ac.id</a> Internet	29 words — < 1%

23	<a href="http://icoen.org">icoen.org</a> Internet	26 words — < 1%
24	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet	26 words — < 1%
25	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet	26 words — < 1%
26	<a href="http://jab.polinema.ac.id">jab.polinema.ac.id</a> Internet	24 words — < 1%
27	<a href="http://info.tse.fi">info.tse.fi</a> Internet	23 words — < 1%
28	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet	23 words — < 1%
29	<a href="http://dini-faizatunniam-fisip17.web.unair.ac.id">dini-faizatunniam-fisip17.web.unair.ac.id</a> Internet	23 words — < 1%
30	Donatus Klau Bria, Dwi Gemina. "PENGARUH HARGA JUAL PRODUK DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. DRAGON PRODUK INDONESIA CARINGIN KABUPATEN BOGOR", JURNAL VISIONIDA, 2017 Crossref	22 words — < 1%
31	<a href="http://eprints.uns.ac.id">eprints.uns.ac.id</a> Internet	22 words — < 1%
32	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet	21 words — < 1%
33	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet	21 words — < 1%
34	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet	21 words — < 1%

35	Internet	20 words — < 1%
36	<a href="http://www.lib.kobe-u.ac.jp">www.lib.kobe-u.ac.jp</a> Internet	19 words — < 1%
37	<a href="http://repositorio-aberto.up.pt">repositorio-aberto.up.pt</a> Internet	19 words — < 1%
38	<a href="http://repositori.umsu.ac.id">repositori.umsu.ac.id</a> Internet	19 words — < 1%
39	<a href="http://dk.um.si">dk.um.si</a> Internet	18 words — < 1%
40	<a href="http://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
41	<a href="http://ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id">ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
42	Suryanti S, Eka Ariaty Arfah. "Pengaruh Profesionalisme Akuntan Pendidik, Kecerdasan Emosional dan Metode Pembelajaran Terhadap Pemahaman Akuntansi", ATESTASI : Jurnal Ilmiah Akuntansi, 2019 Crossref	18 words — < 1%
43	<a href="http://yenifikirdergisi.com">yenifikirdergisi.com</a> Internet	17 words — < 1%
44	<a href="http://twidiarti.blogspot.com">twidiarti.blogspot.com</a> Internet	17 words — < 1%
45	<a href="http://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet	17 words — < 1%
46	<a href="http://koreascience.or.kr">koreascience.or.kr</a> Internet	16 words — < 1%
47	<a href="http://eprints.umg.ac.id">eprints.umg.ac.id</a> Internet	16 words — < 1%



48	<a href="http://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet	16 words — < 1%
49	<a href="http://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet	16 words — < 1%
50	<a href="http://repository.upstegal.ac.id">repository.upstegal.ac.id</a> Internet	16 words — < 1%
51	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
52	<a href="http://www.repository.ugm.ac.id">www.repository.ugm.ac.id</a> Internet	14 words — < 1%
53	<a href="http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id">www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
54	<a href="http://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
55	<a href="http://repository.petra.ac.id">repository.petra.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
56	<a href="http://jurnal.stieama.ac.id">jurnal.stieama.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
57	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
58	<a href="http://digilib.unisayogya.ac.id">digilib.unisayogya.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
59	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
60	<a href="http://zombiedoc.com">zombiedoc.com</a> Internet	11 words — < 1%
61	<a href="http://thesis.binus.ac.id">thesis.binus.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%

62	<a href="http://e-journals.unmul.ac.id">e-journals.unmul.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
63	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
64	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Internet	11 words — < 1%
65	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
66	<a href="http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id">ecampus.iainbatusangkar.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
67	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet	10 words — < 1%
68	<a href="http://journal.uny.ac.id">journal.uny.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
69	<a href="http://jurnal.unismabekasi.ac.id">jurnal.unismabekasi.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
70	<a href="http://andiyaniimoet.blogspot.com">andiyaniimoet.blogspot.com</a> Internet	9 words — < 1%
71	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
72	<a href="http://conference.upgris.ac.id">conference.upgris.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
73	<a href="http://repository.uksw.edu">repository.uksw.edu</a> Internet	9 words — < 1%
74	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
75	<a href="http://www.def.si">www.def.si</a> Internet	9 words — < 1%

76	<a href="https://dspace.lboro.ac.uk">dspace.lboro.ac.uk</a> Internet	8 words — < 1%
77	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet	8 words — < 1%
78	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet	8 words — < 1%
79	<a href="https://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet	8 words — < 1%
80	<a href="https://zh.scribd.com">zh.scribd.com</a> Internet	8 words — < 1%
81	<a href="http://e-journalfb.ukdw.ac.id">e-journalfb.ukdw.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
82	<a href="http://pendidikan-keilmuan.blogspot.com">pendidikan-keilmuan.blogspot.com</a> Internet	8 words — < 1%
83	<a href="http://repository.widyatama.ac.id">repository.widyatama.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
84	<a href="http://tesisenxarxa.net">tesisenxarxa.net</a> Internet	8 words — < 1%
85	<a href="http://www.pegipegi.com">www.pegipegi.com</a> Internet	8 words — < 1%
86	<a href="http://globaljournals.org">globaljournals.org</a> Internet	8 words — < 1%
87	<a href="https://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
88	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet	8 words — < 1%
89	<a href="#">Akhmad Syahid, Syamsul Bachri. "PENGARUH KOMPETENSI GURU, MOTIVASI BERPRESTASI</a>	7 words — < 1%

DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA MENGAJAR GURU MI MITRA PGMI UMI MAKASSAR", Jurnal Ilmiah Islamic Resources, 2019

Crossref

---

90 Lana Pratiwi Rukmana Sutoyo, Wiwin Hendriani. "Peran Dukungan Keluarga dan Konsep Diri Terhadap Peningkatan Keterampilan Sosial Anak Tunarungu di Sekolah Inklusif", PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 2018  
7 words — < 1%  
Crossref

---

91 repository.usd.ac.id  
Internet  
6 words — < 1%

---

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON