

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CINNAMON HOTEL
BOUTIQUE SYARIAH
BANDUNG**

*(IMPACT OF FACILITIES AND QUALITY OF SERVICE TO
CUSTOMERS AT CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH
BANDUNG)*

Erie Hidayat Sukriadi ¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
rie86.hidayat@gmail.com

Ade Nisya Mulyani ²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari
Adenisyamulyani5@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Facilities and Service Quality on Customer Satisfaction at Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung, this study was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. The research method uses a quantitative method using multiple linear regression tests, with questionnaire data collection techniques, observation and literature studies. where the independent variables are facilities and service quality, and the dependent variable is customer satisfaction. data processing using SPSS software. The results showed that the facility variable had a positive and significant effect on customer satisfaction, while the service quality variable had a significant and positive effect on customer satisfaction. simultaneously (simultaneously) had a positive and significant effect. The coefficient of determination or R^2 value was (76.8%), and the rest (23.2%) was influenced by other variables outside this study.

Keywords: Facilities; Quality of Service; Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dicinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung, Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif digunakan uji regresi linier berganda, dengan Teknik pengumpulan data kuesioner, observasi juga studi pustaka. dimana variabel independen

fasilitas dan kualitas pelayanan, dan variabel dependen kepuasan pelanggan. pengolahan data menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan. Nilai koefisien determinansi atau R^2 sejumlah (76,8%), dan sisanya (23,2%) dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Fasilitas; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pariwisata, Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009, berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dunia pariwisata memiliki potensi besar karena Indonesia menawarkan berbagai keindahan alam serta keunikan kultur lokal. Seluruh potensi ini menjadi peluang pariwisata utamanya bisnis perhotelan. Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang memiliki fasilitas dengan kualitas pelayanan, kenyamanan yang diperlukan untuk mereka yang menginginkan tempat bermalam guna keperluan keluarga ataupun liburan. Dalam mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat, hotel bersaing mempromosikan berbagai fasilitas yang memikat perhatian pelanggan. Mulai dari bermacam-macam sarana seperti pelayanan spa, restoran modern, hiburan, Wi-Fi di semua area hotel dan ruang seminar yang luas dan berbagai fasilitas yang menggoda pelanggan.

Kepuasan pelanggan bisa di dapatkan melalui fasilitas yang di berikan pihak hotel kepada tamunya. Semakin menarik fasilitas dan kualitas jasa, hendak kian tinggi juga nilai kepuasan pelanggan kepada hotel itu. Tingginya nilai fasilitas dan pelayanan tersebut tidak terlepas dari bantuan pihak manajemen. Kualitas pelayanan akan didapatkan oleh perusahaan dan kesuksesan bisa ditetapkan dengan berbagai aspek yakni pegawai, teknologi, serta keterlibatan pelanggan, serta seberapa besar tiap-tiap aspek tersebut dalam memberikan andil terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan.

Tingkat kepuasan pelanggan yaitu terpenuhinya harapan pelanggan yang diinginkan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang berkualitas. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur setelah membandingkan kinerja dan hasil harapannya dapat tercapai. Dalam memilih tempat penginapan, pelanggan hotel menilai sesuai kriteria yang mereka inginkan seperti perbedaan fasilitas dan kualitas pelayanan yang disediakan hotel. Salah satu tantangan agar hotel berhasil dalam memenangi persaingan di masa yang akan datang adalah berupaya mencapai target seperti menciptakan dan mempertahankan para pelanggannya. Pihak manajemen dituntut selalu berusaha meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan serta berinovasi secara terus menerus demi tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan ialah suatu kemampuan yang diberi individu terhadap individu lainnya. Kemampuan bisa

berwujud aktivitas yang tidak berbentuk dan tidak berdampak terhadap kepemilikan fasilitas apapun serta pada siapapun. Sebuah aktivitas yang dilaksanakan penjual terhadap pelanggannya untuk memenuhi keperluan dan keinginan pelanggan (Lubis & Andayani, 2017:234). Berikut ini merupakan data tamu yang menginap di hotel boutique syariah bandung 2023 dengan tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1
Data Tamu Yang Menginap Di Hotel Butique Syariah
Bandung Tahun 2023

| No | Bulan | Jenis Tamu | | |
|--------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| | | OTA | Individual | Grup |
| 1 | Januari | 649 | 478 | 700 |
| 2 | Februari | 530 | 385 | 684 |
| 3 | Maret | 589 | 282 | 636 |
| 4 | April | 611 | 372 | 89 |
| 5 | Mei | 428 | 444 | 527 |
| 6 | Juni | 717 | 461 | 603 |
| 7 | Juli | 821 | 603 | 726 |
| 8 | Agustus | 409 | 222 | 858 |
| 9 | September | 384 | 164 | 195 |
| 10 | Oktober | 800 | 241 | 634 |
| Jumlah | | 5.938 | 3.652 | 5.652 |

Sumber: HRD Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung (2024)

Dapat dilihat Tabel 1 di atas bahwa data tamu yang menginap di hotel cinnamon boutique syariah bandung perbulannya terlihat tidak stabil atau mengalami adanya naik turun berdasarkan tamu OTA, Individu, dan Group.

Berikut pada Tabel 2 ada beberapa review dan ulasan di *Platform google*, masih banyak pengunjung yang tidak puas akan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di Cinnamon hotel boutique syariah Bandung.

Tabel 2
Data Review Tamu Yang Menginap Di Hotel Cinnamon Boutique Syariah Bandung

| No. | Review Tamu |
|-----|--|
| 1. | “Hotel syariah mewah, welcome drinknya air zam2 dan kurma masyaAllah, pelayanan kurang karyawan ada yang judes , tempatnya bersih, karpet di kamar kurang bersih, mukena bau . Mungkin sekedar saran, untuk mural yg diputar di lorong, bisa dikurangi volume-nya di jam istirahat. Satu hal yg saya sayangkan, saya mau pinjam hairdryer jam6 pagi, blm bisa dilayani, katanya baru bisa jam8, saya tunggu jam 9, saya telp lagi ke resepsionisnya katanya mau diantar, sampai cek out ga ada hair dryer diantar ke kamar, tolong diperbaiki pelayanannya. Parkirnya jg |

| | |
|----|--|
| | terbatas. Karena lokasinya di samping terminal, bau sampah cukup mengganggu saat baru sampai di lobi”. (EvaTravelo) |
| 2. | Plus:Untuk interior sangat mewah dan bernuansa arabic. Untuk kamar dengan range harga 800-900an dengan double bed ada 2 bisa banget untuk family room (4 orang) karena kamar besar sekali. Hotel ini syariah jadi dikumandangkan ngaji disetiap lorong termasuk kamar. Minus:Untuk ruang makan terlalu kecil dan pilihan breakfast makannya sedikit mungkin bisa ditingkatkan. Untuk poolnya di rooftop juga terlalu kecil hanya untuk kid saja. Gym atau fasilitas olahraga belum tersedia disini. Parking untuk mobil juga belum cukup sama satu lagi kami nginep 3 hari 2 malam. Pada hari kedua access card decline / rejected pas mau masuk kamar. Dan gak terjadi hanya pada kamar saya, pada grup saya yg lain jg cardnya decline. Jadi naik turun lift deh. Mohon diperhatikan lagiuntuk service pada front officenya.(dewa made yoga) |
| 3. | Perlu improvement : saat datang, tidak ditawarkan welcome drink dan tidak di info password WIFI, jadi harus ditanyakan dulu tidak dibantu untuk angkat koper ke kamar Restoran terbatas, jadi harus antri dulu Parkiran terbatas, kalau sedang penuh agak susah keluar masuk Wastafel kamar mandi agak macet jadi air lama turun Handuk musti diganti dengan yangbaru, saya meninap 3 malam (ranti martin) |

Sumber: Data google review (diolah oleh peneliti 2024)

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung, diketahui bahwa ada fasilitas dan kualitas layanan yang terjadi pada Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung yaitu, mengenai kualitas pelayanan masih terdapat keluhan oleh pelanggan seperti adanya beberapa karyawan yang kurang ramah ketika melayani pelanggan seperti Front Office, Housekeeping dan F&B yang kurang ramah ketika melayani tamu dan pelayanan yang diberikan pihak hotel terkadang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan seperti kamar yang terkadang masih kotor atau kurang bersih sehingga tamu yang menginap kurang nyaman dan harus menunggu lagi untuk dibersihkan. Sesuai pemaparan di atas, fasilitas serta kualitas pelayanan di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung ada persoalan karena pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan sangat berdampak langsung kepada Kepuasan pelanggan.

Fasilitas

Menurut Zeithmal dan Bitner (2013:278) mengatakan bahwa fasilitas adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi dari jasa. Sedangkan pendapat Tjiptono dan Chandra (2016:184) mengatakan bahwa fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan. Sehingga berdasarkan beberapa definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk dipergunakan dan dinikmati oleh

pelanggan selama menggunakan jasa layanan sehingga membuat pelanggan merasa nyaman.

Dimensi Fasilitas

Untuk dapat menentukan kualitas fasilitas pada suatu perusahaan, dapat dilakukan dengan beberapa aspek sebagai berikut. Menurut Tjiptono (2014:184) terdapat 4 Dimensi fasilitas yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau penyedia layanan jasa, yaitu :

- 1) Pertimbangan/Perencanaan Spasial Aspek seperti proporsi, kenyamanan dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional.
- 2) Perencanaan Ruang Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan olahraga, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.
- 3) Perlengkapan dan Perabot Perlengkapan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.
- 4) Unsur Pendukung lainnya, merupakan sarana dan prasana pendukung untuk memberikan pelayanan kepada pelanggannya. seperti: toilet, wifi, tempat atau lokasi makan dan minum dan lain sebagainya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yakni salah satu berhasilnya perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaiknya sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah beberapa pengertiannya antar lain:

Menurut (Pradana, 2018:195) menyatakan sebenarnya *service quality* ialah pencukupan keperluan serta harapan pelanggan juga kecermatan penyampainnya guna mengimbangi keinginan pelanggan". Maka, ada 2 faktor utama yang berdampak ke kualitas jasa yaitu jasa yang dicitakan (*expected service*) serta jasa yang dirasa (*perceived service*).

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006) bahwa *Service quality* dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Buchari Alma (2007:284) terdapat lima determinan kualitas jasa yang diasumsikan juga sebagai kualitas pelayanan yang disingkat dengan TERRA yaitu:

- a. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat lancar.
- b. *Emphaty* (empati), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

- c. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemampuan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
- d. *Reliability* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten.
- e. *Assurance* (jaminan), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah diberikan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

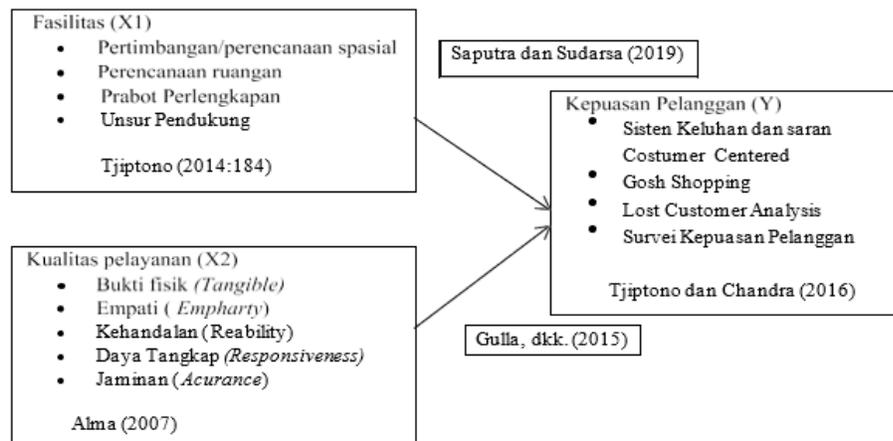
Saragih, et al (2018) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa yang ditimbulkan ketika membandingkan antara harapan akan produk atau jasa dengan realita yang diterima oleh konsumen. Sedangkan Windasuri dan Hyacintha (2017:64) kepuasan pelanggan merupakan tanggapan emosional hasil evaluasi konsumen atas konsumsi produk atau jasa. Sehingga penulis memberikan pernyataan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa atas tanggapan emosional yang timbul ketika membandingkan antara harapan dan kenyataan atas suatu produk atau jasa yang diterima.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Dari beberapa macam metode dalam mengukur kepuasan konsumen atau pelanggan, tidak semuanya bisa dan dapat langsung memuaskan konsumen atau pelanggan. Oleh karena itu, untuk bisa dan dapat memuaskan konsumen atau pelanggan, ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016) sebagai berikut :

- 1) Sistem keluhan dan saran Customer Centered ini yang berpusat pada konsumen untuk memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya guna menyampaikan saran dan keluhan. Perusahaan dapat menampung kritik dan saran dengan cara menyediakan kotak saran maupun kartu komentar sebagai penampung saran dan kritik. Informasi-informasi ini dapat memberikan sebuah ide-ide cemerlang dan gagasan yang baik bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk beraksi secara tangggap dan cepat untuk mengatasi masalah masalah yang timbul.
- 2) Ghost shopping Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan ini adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial yang kemudian melaporkan temuan temuannya dilapangan mengenai kekuatan dan juga kelemahan produk Perusahaan yang mereka alami ketika membeli produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Mereka akan dapat menyampaikan masalah tertentu untuk meguji apakah staf penjualan Perusahaan menangani situasi tersebut dengan baik.

- 3) *Lost customer analysis* Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke penjual atau perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Selain dengan exit interview perusahaan dapat melakukan pemantauan customer. Meningkatnya customer loss rate ini menunjukkan suatu kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.
- 4) Survei kepuasan pelanggan umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan ini dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui email, telepon, atau wawancara langsung. Perusahaan mengajukan pertanyaan-pertanyaan atau menelepon pelanggan-pelanggan terakhir mereka secara acak yang digunakan sebagai sampel acak dan menyakan mengenai kepuasan apakah mereka merasa amat puas, puas biasa saja, kurang puas, atau bahkan amat tidak puas terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan baik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Berikut gambar 1. adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode *deskriptif* kuantitatif untuk mengetahui bagaimana fasilitas hotel dan kualitas pelayanan dapat memuaskan pelanggan yang menginap di hotel Cinamon Boutique Syariah Bandung dan menguji hipotesis hubungan antara bagaimana fasilitas hotel dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Cinnamon Boutique Syariah Bandung.

Populasi

Menurut Sugiyono, (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh jumlah Tamu Yang Menginap, dengan data 2023 yaitu, 15.242 di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung.

Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2018) “adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.” Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *Purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi tamu yang menginap di hotel Butique Syariah Bandung dengan data pada table 1 sebanyak 15.242. Adapun teknik penentuan sampel yang penulis gunakan yaitu menggunakan rumus slovin dengan *margin of errors* sebesar 10% sehingga sampel diperoleh dari jumlah tamu yang menginap di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung didapatkan sebanyak 99,34 dibulatkan menjadi 100 orang. Berikut rumus slovin

Teknik Pengumpulan Data

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

Teknik pengumpulan data ya n penelitian ini adalah:

1. Observasi

Dalam penelitian ini observasi dilakukan di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan, sehingga dapat mengetahui kondisi aktual di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung sekaligus untuk memperoleh gambaran yang lebih luas tentang

2. Wawancara

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan HRD di Cinnamon Hotel Butique Syariah Bandung untuk memperoleh data berupa profil perusahaan dan data- data pendukung lainnya.

3. Studi Kepustakaan

Dengan melakukan studi kepustakaan peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku- buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Peneliti juga berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

4. Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden (Tamunya Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung) dengan bertujuan untuk mendapat persepsi dari responden mengenai Kepuasan Pelanggan

Pengujian Instrumen

Kuesioner merupakan alat instrumen penting yang harus diuji dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu sebelum kuesioner disebarkan penulis melakukan pengujian instrumen terlebih dahulu. Dalam pengujian instrumen penulis menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas sehingga jika hasil tes kuesioner dinyatakan valid (dari seluruh item pertanyaan) dan reliabel (dari masing-masing variabel) maka kuesioner layak untuk disebarkan kepada seluruh sampel/responden. Menurut Lubis, Hermanto & Edison (2018:211) dalam pengujian validitas terdapat standar yang harus terpenuhi dimana masing-masing item pernyataan dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi ≥ 0.30 . Apabila terdapat item pertanyaan yang lebih kecil dari 0.30 maka dapat dinyatakan bahwa item tersebut tidak valid, sehingga perlu diganti atau dihilangkan, sedangkan instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai alpha cronbach $\geq 0,70$ dari masing-masing variabel.

Hasil Pengujian Instrumen

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₁)

| No | Pernyataan | Nilai R hitung | Nilai R tabel | Ket. |
|---|--|----------------|---------------|-------|
| Pertimbangan/perencanaan spasial Aspek | | | | |
| 1 | Fasilitas yang ada di hotel sesuai dengan proporsinya | 0,672 | 0,300 | Valid |
| 2 | Fasilitas yang di berikan sesuai dengan type kamar | 0,808 | 0,300 | Valid |
| 3 | Kenyamanan dan Fasilitas Yang Di Berikan Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung | 0,825 | 0,300 | Valid |
| 4 | Kenyamanan atas Pelayanan di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung | 0,756 | 0,300 | Valid |
| Perencanaan Ruangan | | | | |
| 5 | Kemegahan Yang Ada Di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung | 0,747 | 0,300 | Valid |
| 6 | Arsitektur Yang menarik yang Ada Di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung | 0,742 | 0,300 | Valid |
| Perabot Perlengkapan | | | | |
| 7 | Infrastruktur Yang Ada Di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung | 0,807 | 0,300 | Valid |
| Unsur Pendukung | | | | |

| | | | | |
|---|---|-------|-------|-------|
| 8 | Sarana dan Prasarana Sudah Sesuai yang diinginkan | 0,658 | 0,300 | Valid |
|---|---|-------|-------|-------|

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan X2

| No | PERNYATAAN | Nilai R hitung | Nilai R tabel | KET |
|---|---|----------------|---------------|-------|
| Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) | | | | |
| 1 | Kualitas Pelayanan Di CinnamonHotel Butique Syariah Bandung | 0,792 | 0,300 | Valid |
| Empati (<i>Empharty</i>) | | | | |
| 2 | Kepedulian Karyawan Di CinnamonHotel Butique Syariah Bandung | 0,897 | 0,300 | Valid |
| Kehandalan (<i>Reability</i>) | | | | |
| 3 | Karyawan Melayani Tamu dengan Sepenuh Hati | 0,820 | 0,300 | Valid |
| 4 | Karyawan Menyelesaikan Masalah Dengan Cepat & Tanggap | 0,852 | 0,300 | Valid |
| Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>) | | | | |
| 5 | Karyawan Sangat Tanggap AtasKebutuhan Tamu | 0,889 | 0,300 | Valid |
| Jaminan (<i>Acurance</i>) | | | | |
| 6 | Karyawan Memberikan Rasa AmanYang Baik | 0,787 | 0,300 | Valid |
| 7 | Kesopanan Yang Biberikan KaryawanSangat Simpatik | 0,869 | 0,300 | Valid |
| 8 | Karyawan Menguasai Pengetahuan Yang Luas Ketika Tamu Menanyakan Informasi tentang hotel | 0,808 | 0,300 | Valid |

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Y

| No | PERNYATAAN | Nilai R hitung | Nilai R tabel | KET |
|---|--|----------------|---------------|-------|
| Sistem Keluhan Dan Saran <i>Costumer Centerd</i> | | | | |
| 1 | Saran Tamu Yang DisampaikanDirespon Dengan Baik Oleh Hotel | 0,783 | 0,300 | Valid |
| 2 | Keluhan Tamu Ditanggapi DenganSerius Oleh Hotel | 0,773 | 0,300 | Valid |

| | | | | |
|----------------------------------|---|-------|-------|-------|
| Ghost Shopping | | | | |
| 3 | Pengukuran Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Pelayanan Hotel | 0,743 | 0,300 | Valid |
| Lost Costumer Analysis | | | | |
| 4 | Hotel Melakukan Menarik Minat Perhatian Kepada Pelanggan Untuk Datang Kembali | 0,802 | 0,300 | Valid |
| Survei Kepuasan Pelanggan | | | | |
| 5 | Hotel Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan Dengan Cara Wawancara Secara Langsung Kepada Tamu | 0,730 | 0,300 | Valid |
| 6 | Hotel Melakukan Survei Kepuasan Pelanggan Dengan Cara Melalui Media Sosial (Instagram & E-mail) Secara Tidak Langsung Kepada Tamu | 0,724 | 0,300 | Valid |

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Nilai Cronbach Alpha | Titik Krisis | Keterangan |
|----|--------------------|----------------------|--------------|------------|
| 1 | Fasilitas | 0,890 | 0,700 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Pelayanan | 0,940 | 0,700 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan Pelanggan | 0,848 | 0,700 | Reliabel |

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2018), analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti guna meramalkan bagaimana keadaan variabel tergantung. Dengan bentuk persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi atau R Square digunakan ketika jumlah variabel independen hanya 1 variabel, namun apabila menggunakan 2 variabel independen atau lebih, bisa menggunakan Adjusted R Square untuk mengetahui

besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = (b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y) / (\sum Y^2)$$

Uji Simultan (F)

Uji statistik F (Uji Simultan) dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Pada uji simultan, uji statistik yang digunakan adalah uji F untuk menghitung nilai F dengan menggunakan SPSS

Uji Parsial (t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Kriteria penerimaan hipotesisnya adalah menggunakan uji t, dengan melihat apakah nilai-nilai yang diperoleh koefisien berbeda secara signifikan atau tidak antara t_{hitung} dan t_{tabel} (Ghozali, 2018). Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan menggunakan bantuan SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel lingkungan kerja (X_1) dan budaya organisasi (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) dengan bantuan SPSS 20, sehingga diperoleh hasil analisa sebagai berikut:

Tabel 7
Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 2,945 | ,904 | | 3,258 | ,002 |
| | Fasilitas | ,231 | ,060 | ,320 | 3,875 | ,000 |
| | Kualitas Pelayanan | ,394 | ,054 | ,598 | 7,256 | ,000 |

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada Table 7 didapatkan persamaan regresi, yaitu sebagai berikut :

$$Y=2,945+0,231X_1, +0,394X_2+\epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dikatakan bahwa apabila Fasilitas dan Kualitas Pelayanan memiliki arah koefisien positif. tentunya hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dan tamu yang merasakan pengalaman menginap di hotel merasa puas akan pelayanan yang di berikan, maka dari itu jika nol ($X = 0$) maka Kepuasan Pelanggan sebesar 2,945.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Koefisien Determinasi
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,876 ^a | ,768 | ,763 | 2,30090 |

4.1.3.2.1 Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas
Sumber: Data hasil pengolahan melalui SPSS 24

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 8 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,768 atau sebesar 76,8%. Sedangkan sisanya sebesar 23,2% dipengaruhi oleh variabel yang lainnya yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Tabel 9
Uji Parsial (t)
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | T | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|
| 1 | (Constant) | 2,945 | ,904 | | 3,258 | ,002 |
| | Fasilitas | ,231 | ,060 | ,320 | 3,875 | ,000 |
| | Kualitas Pelayanan | ,394 | ,054 | ,598 | 7,256 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data hasil pengolahan melalui SPSS 24

Berdasarkan gambar uji t diatas diperoleh koefisien variabel fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan hasil t hitung 3,875 > t tabel yaitu 1,988. dan signifikansi 0,00 < 0,05, artinya Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan. Sedangkan koefisien variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (y) dengan hasil t hitung $7,256 > t$ tabel yaitu $1,988$. dan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka, artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Tabel 10
Uji Simultan (F)

ANOVA^a

| Model | Squares | Sum of | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------|----|-------------|----------------|-------------------|
| 1 | Regression | 1696,228 | 2 | 848,114 | 160,199 | ,000 ^b |
| | Residual | 513,532 | 97 | 5,294 | | |
| | Total | 2209,760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Sumber: Data hasil pengolahan melalui SPSS 24

Berdasarkan Tabel 10 diketahui bahwa hasil perhitungan uji F hitung sebesar $65,769$ F tabel yaitu $160,199$ dan signifikansinya $0,000 > 0,05$, maka dari itu artinya fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil dari uji t pada variabel Fasilitas (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) hipotesis yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung itu terbukti. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gulla, Oroh & Roring (2015) dengan judul Analisis Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. Dan menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Begitu juga dengan hasil uji t pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung itu terbukti. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh Saputra dan Sudarsa (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. Dan menyatakan bahwa Kualitas pelayanan kepada tamu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu/pelanggan.

Sedangkan berdasarkan data hasil uji F Fasilitas dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara Bersama-sama di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung itu terbukti. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryati dan Husda (2020) dengan judul Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel kota Batam. Namun menurut pendapat lain Gulla, Oroh & Roring (2015), faktor-faktor adanya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga, dan promosi.

SIMPULAN

1. Fasilitas Hotel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung.
3. Besar pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,768 (76,8%).

Saran

Bagi Perusahaan, dari segi fasilitas dan kualitas pelayanan, hotel diharapkan dapat meningkatkan kelengkapan fasilitas serta memberikan pelayanan secara maksimal kepada para tamu, agar tamu pun sesuai dengan kriteria kepuasan tamu/Pelanggan dapat tercapai dengan baik.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian lainnya seperti citra merek, periklanan dan lain sebagainya, agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah penelitian yang diteliti. Dan untuk data-data yang terkumpul untuk setiap konstruk sebaiknya ditambah dengan teknik wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci dan lebih mendalam

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy, Tjiptono. P. ., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (4th ed.). CV.ANDI OFFSET.

- Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”* Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado Grace inn. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Kementrian Pariwisata. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 *Tentang Kepariwisataan dalam pasal 1*
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration*, 1, 232–243.
- Lubis, Y., Hermanto, B., & Edison, E. (2018). Manajemen dan Riset Sumber Daya Manusia (Cetakan Ke). Alfabeta. CV.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada holiday hotel di kota batam. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 20-27.
- Pradana, Fredi. 2018. *“Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah PTPAC Sekuritas Indonesia Yogyakarta”*. *Manajemen Bisnis*, Volume 9, Nomor 2 (hlm.193-212).
- Saputra, S., & Sudarsa, R. Y. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. *Pro Mark*, 9(2), 11-11.
- Saragih, D. Y., & Panjaitan, N. J. (2018). Peningkatan Kualitas Layanan Untuk Kepuasan Pelanggan Hotel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 1(1), 43-51.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Windasuri, H dan S. Hyacintha. 2017. *Excellent Service*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.