



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PEMAKAI KAMAR LEMBAH HIJAU MOUNTAIN
RESORT HOTEL CIANJUR**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nia Putri Ningsih

021117239

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JULI 2021



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PEMAKAI KAMAR LEMBAH HIJAU MOUNTAIN RESORT
HOTEL CIANJUR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KETUASAN
KONSUMEN PEMAKAI KAMAR LEMBAH HIJAU MOUNTAIN RESORT
HOTEL CIANJUR

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

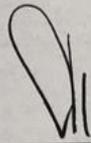
Pada hari: Selasa Tanggal, 27/07/2021

Nia Putri Ningsih

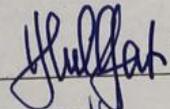
021117239

Menyetujui

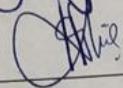
Ketua Penguji Sidang
(Hj. Sri Hartini, Dra., M.M.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Yetty Husnul Hayati, S.E., M.M.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Salmah, S.E., M.M.)



NOMOR : 73/KEP/REK/IX/2020

**TENTANG : PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nia Putri Ningsih

NPM : 021117239

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Kepuasan
Konsumen Pemakai Kamar lembah Hijau Mountain Resort Hotel
Cianjur

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi diatas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karyawan yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 10 Juli 2021

Nia Putri Ningsih
021117239

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

2021

ABSTRAK

NIA PUTRININGSIH. 021117239. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Kamar Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur. Skripsi Prodi Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan ketua komisi pembimbing Yetty Husnul Hayati, S.E., M.M dan Anggota komisi pembimbing Salmah, S.E., M.M . 2021.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur yang mengalami permasalahan terhadap kualitas pelayanan yang menjadikan konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan. Hal ini di duga terjadi karena belum optimalnya perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur, Untuk mengetahui Kepuasan konsumen pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur, Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif dengan metode penelitian explanatory survey, karena metode yang digunakan bertujuan untuk menguji hipotesis. Dilakukan berhubungan dengan alat statistik untuk mengolah hasil kuesioner, Pemilihan responden dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *Accidental* Penulis menggunakan Teknik penelitian kualitatif dan kuantitatif karena penelitian yang *sampling* total 98 responden berdasarkan rumus *slovin*. Pengumpulan data dilakukan melalui *survey* dan kuesioner dan metode analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa antara kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen menunjukkan hasil yang Valid dan Realibel. Dimana Kualitas pelayanan dengan indikator Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,56%,Keandalan sebesar 0,91%,Daya Tanggap sebesar 0,162%,Jaminan sebesar 0,248%,Empati sebesar 0,521%, dan pada variabel Y kepuasan konsumen dengan indikator Kesesuaian harapan menuai angka sebesar 1,061% dan Ketersediaan merekomendasikan sebesar 4,027%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur sudah cukup baik dan diharapkan untuk tetap memepertahankan kepercayaan konsumen pada hotel tersebut.

Kata kunci: kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Kamar Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur”**.

Dalam pembuatan penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan, baik dari segi materi, bahasa dan pembahasan yang semua itu disebabkan dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sehingga dapat dijadikan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan penulis agar bisa menjadi lebih baik.

Penyusunan penelitian skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, pada kesempatan kali ini perkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko. Ak.,MM.,CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
2. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
3. Ibu Yetty Husnul Hayati S.E., M.M Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan motivasi pada penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Salamah S.E., M.M Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan nasehat, petunjuk dan saran pada penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
6. Kedua Orang Tua yang sangat saya cintai Bapak Ibrahim dan Ibu Solihati yang senantiasa selalu memberikan do'a kasih sayang, serta dukungannya baik moral maupun material sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Adik saya Rizki Ade Putra dan Alwi Diapramana serta kepada Kakek-kakek saya Udin dan Umar, Nenek-nenek saya Irah dan Nayum serta wawak saya Nanuk dan Mamat dan Guru Pembimbing saya Bapak Ahmad Irianto serta sepupu saya Saiful Anwar dan keluarga besar saya lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan do'a dan dukungannya.
8. Team Avengers Girl yaitu Desti, Butet, Ainun, Lia, Yoni serta Teman kosanku Diana Imelda, Indar dan kak Diana yang senantiasa memberikan dukungan dan

senantiasa menemani dalam susah dan senang selama saya menjalani perkuliahan.

9. Kelas G Manajemen 2017 yang telah menemani dan memberikan warna-warni kehidupan perkuliahan.
10. Teman-teman Saya yang berada di Riau khususnya Henry, Fidyana, Rika, Miranda, yang lainnya yang sama-sama berjuang untuk mengejar masadepan.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2017 Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas semangatnya.

Semoga semua bantuan, bimbingan, doa, dukungan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi pijakan bagi penulis untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Bogor, Juli 2021

Nia Putri Ningsih

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN

LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN

LEMBAR HAK CIPTA

ABSTRAK

PRAKATA

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah.....	7
1.2.1	Identifikasi Masalah	7
1.2.2	Perumusan Masalah.....	7
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1	Maksud Penelitian	7
1.3.2	Tujuan Penelitian	8
1.4	Kegunaan Penelitian	8
1.4.1	Kegunaan Praktis.....	8
1.4.2	Kegunaan Akademis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	10
2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2	Pengertian Pemasaran.....	10
2.2	Bauran Pemasaran.....	11
2.2.1	Fungsi pemasaran	11
2.3	Jasa.....	11
2.3.1	Pengertian Jasa	11
2.3.2	Karakteristik jasa	12

2.4	Kualitas pelayanan	12
2.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.4.2	Pengukuran kualitas pelayanan	13
2.4.3	Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan	14
2.5	Kepuasan konsumen	16
2.5.1	Pengertian kepuasan konsumen.....	16
2.5.2	Pengukuran kepuasan konsumen.....	16
2.5.3	Indikator Kepuasan Konsumen	17
2.6	Penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran.....	19
2.6.1	Penelitian Sebelumnya	19
2.6.2	Kerangka Pemikiran	22
2.7	Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	25
3.2.1	Objek Penelitian	24
3.2.2	Unit Analisis.....	24
3.2.3	Lokasi Penelitian	24
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	25
3.4	Operasional Variabel	26
3.5	Metode Penarikan Sampel	30
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7	Metode Pengolahan / Analisis Data.....	31
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.7.2	Uji Normalitas dan Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum Tempat dan Lokasi Penelitian.....	35
4.1.1	Sejarah Perkembangan Lembah Hijau Mountaint Resort Cianjur .35	
4.1.2	Kegiatan Lembah Hijau Mountaint Resort Cianjur.....	35
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	35
4.1.4	Visi dan Misi Hotel	37
4.2	Profil Responden.....	38

4.2.1	Skala Likert.....	40
4.3	Metode Pengolahan data/ Analisis data.....	40
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
4.3.2	Analisis Deskriptif.....	41
4.4	Uji Normalitas dan Uji Asumsi Klasik.....	40
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.5.1	Koefisien Determinasi (Rsquare)	47
4.5.2	Uji T.....	74
4.5.3	Uji f.....	76

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pesaing Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur dari Persentase Occupancy Kamar Hotel periode Januari- Desember 2019.....	3
Tabel 1.2 Data keluhan pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.....	3
Tabel 1.3 Tingkat Hunian Kamar pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	30
Tabel 3.3 Interpretasi Hasil.....	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskripsi Bukti Fisik 1.....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskripsi Bukti Fisik 2.....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskripsi Bukti Fisik 3.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskripsi Keandalan 1.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskripsi Keandalan 2.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskripsi Keandalan 3.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Deskripsi Daya Tanggap 1.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskripsi Daya Tanggap 2.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Deskripsi Daya Tanggap 3.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Deskripsi Jaminan 1.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Deskripsi Jaminan 2.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Deskripsi Jaminan 3.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Deskripsi Empati 1	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Deskripsi Empati 2.....	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Deskripsi Empati 3.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Deskripsi Kesesuaian Harapan 1.....	59
Tabel 4.20 Hasil Uji Deskripsi Kesesuaian Harapan 2.....	60

Tabel 4.21 Hasil Uji Deskripsi Kesesuaian Harapan 3.....	61
Tabel 4.22 Hasil Uji Deskripsi Keetersediaan Merekomendasikan 1.....	62
abel 4.23.Hasil Uji Deskripsi Keetersediaan Merekomendasikan 2.....	63
Tabel 4.24.Hasil Uji Deskripsi Keetersediaan Merekomendasikan 3.....	64
Tabel 4.25.Hasil Uji Deskripsi Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4.26.Hasil Uji Deskripsi Kepuasan Konsumen	66
Tabel 4.27.Hasil Uji Normalitas Kesesuaian Harapan	67
Tabel 4.28.Hasil Uji Normalitas Ketersediaan Merekomendasikan	68
Tabel 4.29.Hasil Uji Multikolinearitas Kesesuaian Harapan	69
Tabel 4.30.Hasil Uji Multikolinearitas Ketersediaan Merekomendasikan.....	69
Tabel 4.31.Hasil Uji Heteroskedasitas.....	70
Tabel 4.32.Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kesesuaian Harapan.....	71
Tabel 4.33.Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Ketersediaan Merekomendasikan.....	73
Tabel 4.34.Hasil Uji Determinasi Kesesuaian Harapan.....	73
Tabel 4.35.Hasil Uji Determinasi Ketersediaan Merekomendasikan.....	73
Tabel 4.36.Hasil Uji Hipotesis Persial Kesesuaian Harapan.....	74
Tabel 4.37.Hasil Uji Hipotesis Persial Ketersediaan Merekomendasikan.....	74
Tabel 4.38.Hasil Uji Hipotesis Simultan Kesesuaian Harapan.....	77
Tabel 4.39.Hasil Uji Hipotesis Simultan Ketersediaan Merekomendasikan.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan	1
Gambar 1.2 Tingkat Hunian Kamar.....	6
Gambar 2.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	18
Gambar 2.2 Konstelasi Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Lembah Hijau Mountaint Resort Hotel Cianjur.....	36
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39

Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	40
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Kesesuaian Harapan dan Ketersediaan Merekomendasikan.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia mengalami dampak yang sangat baik dalam sistem perekonomian nasional sehingga memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara. Perkembangan industri pariwisata memiliki hubungan yang sangat erat dengan industri perhotelan. Banyak sekali kontribusi industri perhotelan yang berimplikasi bagi perkembangan pariwisata, sehingga menjadi tolak ukur keberhasilan suatu daerah dalam mempromosikan atau mengundang wisatawan untuk datang ke daerah tersebut. Mengacu pada arah kebijakan dan strategi perkembangan pariwisata No.03 Poin IV dalam Sulistyanto (2016) “Mendorong terbangunnya sikap atau mental penduduk lokal yang ramah terhadap wisatawan”. Dengan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Cianjur, maka industri perhotelan memiliki peluang yang sangat besar untuk terjun ke destinasi pariwisata yang saat ini sedang diberikan dukungan penuh oleh pemerintah setempat. Dengan banyaknya kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara memberikan pengembangan pesat atas destinasi-destinasi yang telah disediakan daerah tersebut.

Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan



Sumber : Dinas pariwisata,kepemudaan dan olahraga Cianjur,2018

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa Kabupaten Cianjur masih menjadi destinasi wisata yang digemari oleh para wisatawan, hal itu dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang setiap tahun mengalami peningkatan. Hal ini memiliki arti bahwa bidang pariwisata di Kabupaten Cianjur memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

Perhotelan merupakan salah satu industri pariwisata yang memberikan kesan penting untuk para wisatawan. Semakin banyaknya bisnis perhotelan yang berkembang di Indonesia membuat persaingan antar bisnis semakin meningkat. Maka

pelaku bisnis berlomba-lomba memberikan kualitas yang baik untuk meningkatkan jumlah pengunjung hotel dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan. Namun pada bisnis perhotelan fasilitas yang baik saja tidak cukup untuk meningkatkan pengunjung hotel melainkan harus disertakan dengan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan yang harus berikan oleh karyawan kepada pengunjung hotel tersebut. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan membuat para pengunjung hotel merasa aman dan nyaman menginap di hotel tersebut. Hal ini akan menjadikan hotel tersebut sebagai tempat yang akan dikunjungi kembali serta di rekomendasikan oleh orang-orang terdekat.

Hotel ini didirikan berdasarkan banyaknya konsumen yang memerlukan tempat untuk menginap disaat sedang melakukan kegiatan di luar daerah atau sengaja datang untuk melakukan liburan bersama keluarga, teman atau rekan kerja. Hotel ini memiliki beberapa tipe kamar, konsumen dapat memilih tipe kamar sesuai keinginan dan kebutuhan pada saat memakainya. Konsumen yang menggunakan jasa hotel biasanya sudah melakukan reservasi sesuai penggunaan kamar yang di butuhkan. Konsumen pemakai kamar pada hotel tersebut pastinya merasakan berbagai pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Pada dasarnya kualitas pelayanan yang diberikan pihak hotel sudah sesuai standar peraturan yang diterapkan oleh pengelola hotel. Pengelola hotel tentunya sudah mengetahui berbagai fasilitas yang ada dikelola secara baik agar memberikan keamanan dan kenyamanan konsumen. Sehingga kepuasan konsumen terhadap pelayanan kamar yang diberikan lebih menjanjikan.

Hotel ini merupakan salah satu pelopor bisnis dalam bidang jasa yang menyediakan tempat menginap bagi para pengunjung yang hendak melakukan perjalanan bisnis maupun liburan bersama keluarga. Meskipun hotel ini sudah berdiri sangat lama tidak bisa dipungkiri memiliki beberapa pesaing-pesaing dalam menarik pengunjung hotel, sehingga masing-masing hotel saling menunjukkan kualitas daya saing yang sangat ketat. Variabel-variabel dalam pencapaian kepuasan konsumen antara lain yaitu (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*). Variabel-variabel digunakan untuk mengembangkan sayap menuntut kepuasan pengunjung. Maka dari itu Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur berusaha untuk selalu meningkatkan jumlah kunjungan hotel dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

Table 1.1
Data Pesaing Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur dari Persentase Occoupancy Kamar Hotel
Periode Januari- Desember 2019

Nama Hotel	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Rata-rata
Lembah Hijau	55,34%	48,11%	50,25%	49,10%	38,28%	48,17%	55,36%	47,24%	49,75%	52,54%	51,28%	49,38%	49,57%
Zuri Resort	30,33%	25,73%	25,17%	26,79%	16,10%	14,46%	28,11%	26,81%	31,61%	37,93%	28,07%	44,96%	28,01%
Bukit Indah	21,02%	50,73%	27,86%	32,51%	11,05%	19,38%	39,39%	22,78%	60,62%	51,16%	50,86%	42,76%	35,84%
Yasmin	11,89%	20,14%	13,77%	21,95%	14,27%	18,77%	23,38%	16,57%	15,02%	25,96%	20,00%	36,48%	19,85%
Sangga Buana	24,39%	23,54%	22,49%	22,43%	11,99%	20,97%	26,95%	40,79%	35,36%	48,155	47,58%	51,23%	31,32%
Puncak Pass	32,26%	30,85%	39,67%	37,41%	24,50%	29,79%	55,25%	47,77%	36,60%	38,71%	45,04%	52,71%	39,21%
Hotel Cianjur	30,69%	34,13%	37,69%	41,07%	20,38%	26,88%	47,57%	42,55%	35,08%	41,68%	40,21%	55,71%	37,80%
LH. Cipanas	30,62%	49,53%	45,16%	44,18%	34,08%	49,24%	51,96%	58,06%	48,33%	27,35%	28,55%	-	42,46%

Palace Hotel	31,92%	42,50%	44,70%	54,16%	20,81%	31,23%	60,49%	45,50%	40,72%	47,99%	50,80%	63,56%	44,53%
Sahid Emnence	71,17%	67,56%	67,45%	68,33%	32,14%	69,46%	73,91%	64,205	48,42%	45,00%	59,19%	66,93%	61,14%

Sumber: Lembah Hijau Mountain Resort Hotel 2020

Meskipun menjadi salah satu hotel yang memiliki daya saing tinggi hotel lembah hijau mountain resort cianjur tetap belum dapat menyaingi hotel sahid emnence yang merupakan hotel yang memiliki kualitas terbaik dan memiliki jumlah pengunjung yang paling banyak dibandingkan hotel-hotel lain di cianjur. Sehingga dari data perbandingan hotel lembah hijau mountain resort cianjur menduduki posisi hotel ke-dua yang menjadi salah satu hotel berpengaruh di cianjur.

Hotel lembah hijau mountain Resort Cianjur memiliki beberapa keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga hal ini dapat menjadi penyebab menurunnya tingkat hunian kamar dan kunjungan konsumen pada hotel yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2

Data keluhan pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur

Keluhan	2019	2020
Pelayanan & kecepatan resepsionis	24	27
Kebersihan, kerapian dan fasilitas kamar	23	17
Keramahtamahan dan sopan santun	16	16
Menu hidangan /makanan	20	21

Sumber: Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur 2019

Berdasarkan data diatas dapat di lihat beberapa keluhan yang diberikan konsumen kepada pihak hotel. Salah satu keluhan yang banyak di berikan konsumen adalah dari segi kebersihan dan fasilitas kamar yang diberikan pihak hotel kepada konsumen. Hal ini menjadi salah satu penyebab adanya ketidaknyamanan konsumen pemakai kamar hotel dengan kualitas layanan yang diberikan. Data keluhan ini terus berlanjut terhitung dari tahun 2019 hingga tahun 2020 konsumen masih memberikan keluhan yang sama terhadap kebersihan dan fasilitas kamar yang diberikan pihak hotel. Hal ini menjadi perhatian tersendiri bagi pihak hotel untuk terus meminimalisir keluhan-keluhan yang diberikan konsumen.

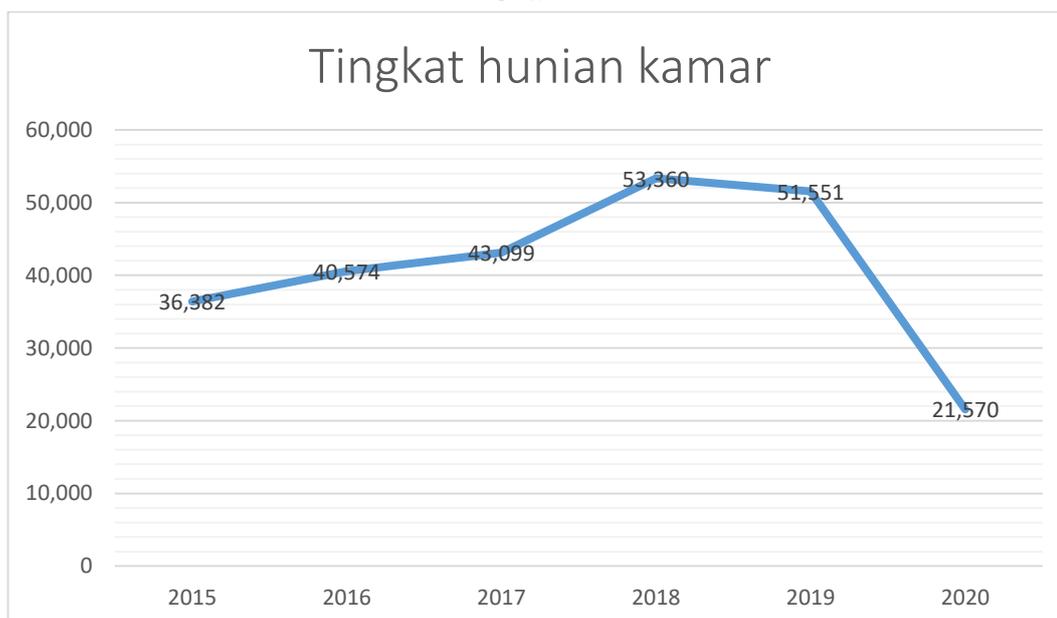
Pada penelitian ini penulis melakukan sebuah survei dan wawancara terhadap hotel yang berlokasi di cianjur. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur merupakan objek yang diteliti oleh penulis. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel memiliki beberapa fasilitas seperti kamar hunian, restouran, tempat hiburan, tempat olahraga dan lainnya. Hotel ini berjumlah memiliki 149 jumlah kamar yang terbagi menjadi beberapa tipe. Penggunaan kamar di hotel ini memiliki waktu 1X24 jam setiap harinya. Adapun tercatat data perolehan dari jangka waktu lima tahun kebelakang tercatat sejak 2015 hingga 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Tingkat Hunian Kamar pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel
Cianjur

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN PEMAKAI KAMAR	KAMAR YANG TERSEDIA	Rata-Rata
2015	36.382	149	3,03%
2016	40.574	149	3,38%
2017	43.099	149	3,59%
2018	53.360	149	4,44%
2019	51.551	149	4,29%
2020	21.570	149	2,94%
JUMLAH	246.536	894	43,37%
RATA-RATA	41,089	149	43,37%

Sumber : Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.

Grafik 1.2



Jika dilihat dari tingkat hunian kamar hotel diatas diketahui bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur dalam tahun 2015 hingga tahun 2018 mengalami kenaikan yang sangat baik, hal ini tentunya menjadikan Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur menjadi salah satu hotel yang paling dicari oleh konsumen. Namun pada tahun 2019 Lembah hijau mountain resort hotel megalami penurunan sebesar 3,39% dari jumlah pemakai kamar tahun 2018. Hal ini memungkinkan karena

adanya pengaruh keluhan konsumen pada pihak hotel, serta terus bertambah nya keluhan-keluhan yang di sampaikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut. Oleh sebab itu penulis mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEMAKAI KAMAR PADA LEMBAH HIJAU MOUNTAIN RESORT HOTEL CIANJUR”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya penurunan hunian kamar pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.
2. Rendahnya kesadaran kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen hotel.
3. Adanya ketidakpuasan konsumen menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan di Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur ?
3. Bagaimanakah kepuasan konsumen di Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menerapkan dasar-dasar pengetahuan dan wawasan selama mengikuti perkuliahan untuk melatih diri serta dapat menerapkannya saat berada di lapangan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk menganalisis keterkaitan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain :

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dan usaha perbaikan pihak hotel pada umumnya agar mampu memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen sehingga konsumen merasa puas menggunakan jasa hotel tersebut dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung setiap bulannya.

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai data dan informasi bagi penulis dalam pengerjaan skripsi guna sebagai syarat meraih gelar S1.

1.4.2 Kegunaan Akademis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh serta dapat memeberikan pengetahuan,pengalaman,serta wawasan untuk menerapkan kebijakan dalam memuaskan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik. Sehingga penelitian ini menjadikan pembelajaran dalam kasus nyata di lapangan.

- b. Bagi Pembaca

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian baik yang berhubungan dengan penelitian ini maupun tidak berhubungan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) adalah :

“Marketing management as art and science of choosing target markets and getting, keeping and growing customers through creating, delivering and communicating superior customer value.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015) adalah :

“Marketing management is the analysis implementation and supervision programs intended to hold exchanges with target markets with a view to achieving the organization’s objectives.

Berdasarkan definisi di atas maka penulis berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang dapat memberikan kemudahan baik produsen maupun konsumen dalam mendapatkan, memperoleh, dan mengkomunikasikan suatu kebutuhan dan keinginan dalam melakukan pertukaran atau dalam mencapai suatu tujuan organisasi.

2.1.2 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2017) adalah ;

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut American Marketing Association (AMA) (2016) adalah :

“Marketing is the activity, set of institutions and processes for creating communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partner and society at large.

Menurut Irum (2016) menyatakan bahwa pemasaran adalah :

“Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh beberapa pihak atau kesimpulan orang (organisasi) yang dikordinir dengan baik yang disebut dengan produsen yang bertujuan menyalurkan barang maupun jasa kepada konsumen secara tepat sasaran serta dapat memuaskan konsumen dan juga menguntungkan pihak-pihak dari produsen tersebut.”

Berdasarkan definisi di atas maka penulis berpendapat bahwa pemasaran adalah memiliki pandangan yang sangat luas bukan hanya sekedar kegiatan penjualan, pemasaran dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat membangun hubungan yang sangat baik antara produsen dengan konsumen.

2.2 Bauran Pemasaran

Menurut Tjiptono (2014) Bauran Pemasaran adalah:

1. *Products*

Product merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. dalam konteks ini, produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun yang tidak) yang dapat ditawarkan kepada konsumen potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Keputusan bauran produk yang dihadapi pemasar barang. Aspek pengembangan jasa baru juga memiliki keunikan khusus yang berbeda dengan barang, yakni jasa baru sukar diproteksi dengan paten.

2. *Princing*

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktika, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga antara berbagai kelompok konsumen. pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang biasa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi ada pula perbedaannya yaitu bahwa karakteristik intangible jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas. Karakteristik personal dan *non-transferable*.

3. *Promotion*

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada konsumen potensial dan actual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi, penjualan, direct marketing, personal selling, dan public relations. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan jasa, promosi jasa sering sekali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa, selain itu, dalam kasus pemasaran jasa, personil produksi juga menjadi bagian penting dalam bauran promosi.

4. *Place*

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para konsumen potensial. Keputusan ini meliputi kepurusan lokasi fisik (misalnya keputusan mengenai dimana sebuah hotel atau restoran didirikan), keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi konsumen (misalnya, apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan ataukah harus memasarkan sendiri paket liburan secara langsung kepada konsumen), dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa (contohnya, penggunaan telephone delivery systems).

5. *People*

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasar. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasar barang manufaktur, pihak manajemen

biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap output akhir yang diterima konsumen. Oleh sebab itu bagaimana sebuah mobil dibuat umumnya bukanlah faktor penting bagi pembeli mobil tersebut.

Berdasarkan definisi para ahli di atas bahwa bauran pemasaran adalah perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

2.2.1 Fungsi pemasaran

Keberhasilan finansial seringkali tergantung pada kemampuan pemasaran perusahaan yang bersangkutan. Kemampuan keuangan, operasi, akuntansi, dan fungsi bisnis yang lain tidak akan banyak membantu bilamana tidak ada permintaan yang memadai untuk barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

Fungsi pemasaran menurut Sudaryono (2016) yaitu:

1. Fungsi pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen. Baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.
2. Fungsi Distribusi Fisik
Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan agar kekurangan saat dibutuhkan.
3. Fungsi pelantara
Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ketangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

Berdasarkan definisi para ahli di atas bahwa fungsi pemasaran adalah menyampaikan produk atau jasa sampai ke konsumen dan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga menghasilkan keuntungan.

2.3 Jasa

2.3.1 Pengertian Jasa

Menurut Kotler Kotler (2014) “jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

“any act that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It’s production may or not to be tied to physical product.

Berdasarkan definisi diatas penulis berpendapat bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

2.3.2 Karakteristik jasa

Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa jasa memiliki sejumlah karakteristik unik yang membedakannya yaitu:

1. Intangibility

Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Pengguna jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa yang ditawarkan sebelum ia mengonsumsi atau merasakannya sendiri.

2. Inseparability

Memiliki arti jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. Heterogeneity

Jasa bersifat Heterogeneity karena merupakan non-standardized output artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

4. Perishability

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Berdasarkan definisi diatas penulis berpendapat bahwa karakteristik jasa adalah tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, diraba, sebelum jasa tersebut telah diterima dan jasa bersifat *heterogeneity* artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi dan tidak tahan lama serta tidak dapat disimpan.

2.4 Kualitas pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Suyoto (2015) mengemukakan: *“Quality is deg ree to which a set intherent characteristics fulfils implied or obligator*

Menurut Tjiptono (2016) menyatakan kualitas pelayanan sebagai berikut: “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu di perhatikan karena kualitas pelayanan memberikan kesan penting serta menjadi salah satu hal yang memberikan kesan kenyamanan para konsumen.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

2.4.2 Pengukuran kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2016) mengungkapkan ada terdapat lima faktor kualitas pelayanan sebagai berikut :

- a. Berwujud (Tangible), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
- b. Empati (Empathy), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.
- c. Cepat tanggap (Responsiveness), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
- d. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan 34 konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
- e. Kepastian (Assurance), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

Menurut Tjiptono (2018) Kualitas Pelayanan yaitu :

a. Keandalan (*Reabilty*)

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Ketanggapan atau kepedulian (*Responsiveness*)

Ketanggapan atau kepedulian adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan dan harapan pelanggan.

3. Jaminan kepastian (*assurance*)

Jaminan kepastian adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, risiko, atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.

4. Perhatian (*emphaty*)

Perhatian adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.

5. Berwujud (*Tangible*)

Berwujud adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai, dan sarana informasi atau komunikasi.

Menurut Parasuraman (2018) mengemukakan yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. aminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan maka digunakan lima dimensi yang terdiri dari *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.

2.4.3 Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono (2016) setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, diantaranya :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik pada jasa adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi

pelanggan alam proses penyampaian jasa dan konsekuensinya, berbagai macam persoalan berhubungan dengan interaksi antara penyedia jasa dan konsumen bisa saja terjadi.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian juga dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan. Faktor-faktor yang dapat memengaruhinya antara lain: upah rendah (Umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam sebuah perusahaan), pelatihan yang kurang memadai bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi, dan lain-lain.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-Line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian jasa. Agar dapat memberikan jasa secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-sungsi utama manajemen (Operasi, Pemasaran, keuangan dan SDM)

4. *GAP* Komunikasi

Tak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan. Jika terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas jasa.

5. Memperlakukan semua konsumendengan cara yang sama

Pelanggan merupakan individu yang unik dengan preferensi, perasaan dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima jasa yang seragam (*standardized services*).

6. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan.

Disatu sisi menginstruksi jasa baru atau menyempurnakan jasa lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadi layanan yang buruk. Disisi lain bila terlampaui banyak jasa yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seperti seputar standar kualitas jasa.

7. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

Berdasarkan definisi para ahli diatas penulis berpendapat bahwa faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan hal ini membutuhkan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan konsekuensinya yang menimbulkan persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi beberapa

kelemahan yang mungkin ada pada karyawan dapat memberi pengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa.

2.5 Kepuasan konsumen

2.5.1 Pengertian kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2017) kepuasan konsumen sebagai berikut :
 ”Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan, jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Berdasarkan definisi para ahli diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu harapan konsumen yang dapat terpenuhi dan konsumen merasa puas.

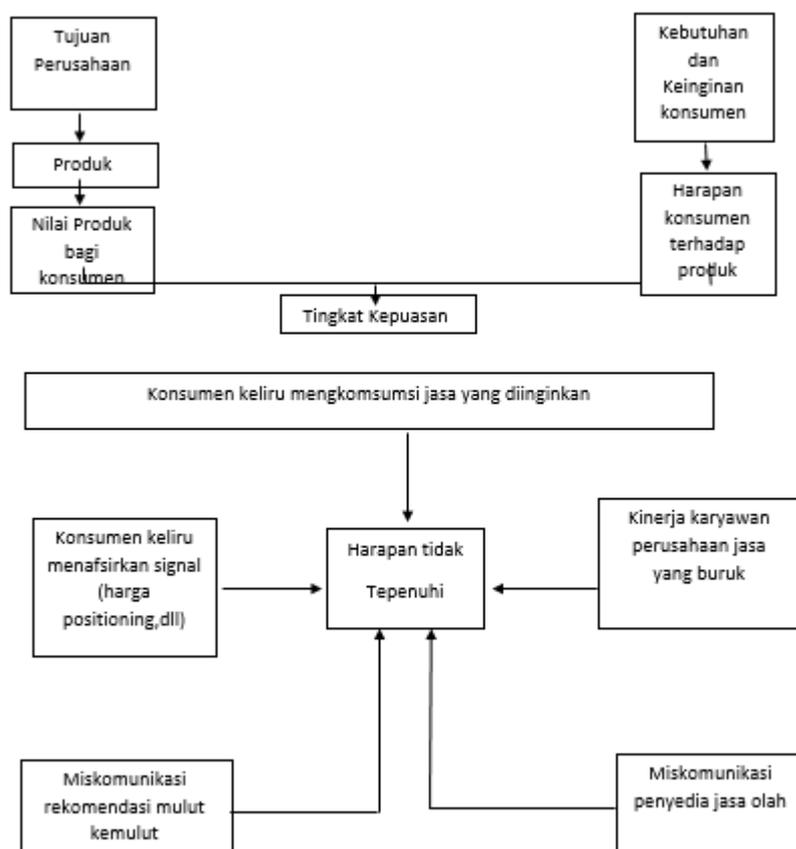
2.5.2 Pengukuran kepuasan konsumen

Ada beberapa metode untuk melakukan pengukuran tingkat kepuasan menurut Tjiptono (2015):

- a. Sistem keluhan dan saran Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
- b. Ghost shopping Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.
- c. Lost customer analysis Perusahaan yang menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer 45 loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.
- d. Survei kepuasan pelanggan Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda

(signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Secara konseptual kepuasan konsumen dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut :



2.5.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2015) kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi :

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan minat berkunjung kembali.

- d. Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
- e. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- f. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- g. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

2. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman dan keluarga, meliputi:

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan dengan fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Menurut Kotler & Keller (2016) hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

- a. Membeli kembali
- b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya.
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
- e. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Menurut Ali Hasan (2015) dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari :

1. Konfirmasi Harapan

Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.

2. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti pembelian mobil, broker rumah, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

4. Ketidakpuasan konsumen

Aspek-aspek yang perlu ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah komplain, pengambilan produk, biaya garansi, dan *word of mouth negatif* (rekomendasi negatif).

Berdasarkan definisi diatas penulis menarik kesimpulan bahwa, indikator kepuasan konsumen adalah kesesuaian harapan yang didapatkan yang didapatkan oleh konsumen dan ketersediaan merekomendasikan barang atau jasa.

2.6 Penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran

2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul Penelitian & Tahun Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Zulfa Husna, 2019, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Hotel Pangrango 2 Bogor	Variabel X Kualitas Pelayanan, Variabel Y: Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan 1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy Kepuasan Konsumen 1. Tingkat Kinerja 2. Tingkat Harapan	Jenis penelitian ini menggunakan analisis uji kualitas data, terdiri dari uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, terdiri uji normalitas, multikolinelitas, dan uji autokorasi, uji regresi linier berganda, menggunakan SPSS	Dari analisis regresi berganda diperoleh persamaan $Y=21,744+0,975X_1+0,227X_2+0,078X_3+0,1223X_4+0,988X_5$ hasil pengujian variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati adalah sebesar (0,975), (0,227), (0,078), (0,988).
2	Muhammad Imam Fazrurahman, 2018, Pengaruh Kualitas	Variabel X Kualitas Pelayanan, Variabel Y: Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan: 1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy Kepuasan Konsumen	Metode analisis yang digunakan adalah kusioner, wawancara, dan observasi. kusioner disebar pada 110 responden, metode yang digunakan adalah analisis linier sederhana, analisis	Hasil analisis regresi diperoleh persamaan $Y=25,106+0,213X$ dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa jika ada kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen nilainya 25,106, sedangkan pada setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu maka kepuasan konsumen juga akan

	<p>elayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel lorin Sentul</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Kinerja 2. Tingkat Harapan 	<p>koefisien determinasi, dan uji signifikansi pengaruh persial.</p>	<p>meningkat sebesar 0,213. Sedangkan sisa nya dipengaruhi oleh variabel lain.</p>
3	<p>Amalia Susepti, 2017, Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Hotel (studi kasus persepsi tamu hotel mahkota plengkung banyuwangi)</p>	<p>Variabel X Kualitas Pelayanan, Variabel Y: Kepuasan Konsumen</p>	<p>Kualitas Pelayanan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy <p>Kepuasan Konsumen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Harapan 2. Tingkat Kinerja 	<p>Metode Analisis menggunakan metode purposive sampling dengan metode pengambilan data menggunakan kusioner . serta menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur.</p>	<p>Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tamu hotel, variabel kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap tamu penambahan konsumen hotel</p>
4	<p>Chinvia D. Pitoi, 2021, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hotel best western the lagoon Manado</p>	<p>Variabel X Kualitas Pelayanan, Variabel Y: Kepuasan Konsumen</p>	<p>Kualitas Pelayanan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy <p>Kepuasan Konsumen</p> <p>Tingkat Kinerja</p> <p>2. Tingkat Harapan</p>	<p>Pada Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 80 responden dengan mengambil teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability yaitu purposive sampling.</p>	<p>Penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen hotel best western the lagoon manado, dengan adanya kualitas pelayanan yang semakin besar berdampak pada kepuasan pelanggan diharapkan perusahaan semakin meningkatkan pelayanan agar konsumen menjadi setia untuk menggunakan jasa hotel dana pa yang menjadi kebutuhan pelanggan dapat terwujud sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan.</p>

5	Dyska Ayu Rosanty, 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Hotel lotus Garden	Variabel X Kualitas Pelayanan, Variabel Y: Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan : 1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy Kepuasan Konsumen 1. Tingkat Kinerja 2. Tingkat Harapan	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif dan untuk teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data non probability sampling dengan jenis convenience sampling.	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa assurance, empathy, reliability, responsiveness dan tangible mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. pada uji path coefficient diperoleh hasil semua variabel independen berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah tangible sebesar 0,717%.
---	--	---	--	--	---

2.6.2 Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelayanan penginapan yang tidak sesuai dengan persepsi harapan dengan yang telah dialami oleh konsumen akan menimbulkan ketidakpuasan yang diungkapkan dalam bentuk keluhan, pengaduan, protes, kemarahan, pemuatan terbuka di media massa sehingga dapat memicu perhatian masyarakat luar maupun dapat merusak citra dan posisi hotel. Oleh karena itu syarat menjadi hotel agar menjadi lebih sukses dalam persaingan di masa depan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan konsumen. dengan pelayanan yang baik dan tepat oleh perusahaan maka dapat membantu perusahaan dalam memperluas daerah pemasarannya dan akan lebih meningkatkan daya tarik hotel.

Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk menghadapi persaingan sesama perusahaan yang sejenis, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantages*). Semakin ketat persaingan, perusahaan harus mampu mengatasi atau mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan, dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Tujuan utama bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas karena kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari probabilitas jangka panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan, agar dapat menciptakan kepuasan konsumen maka Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan hak yang sangat penting untuk mempertahankan suatu bisnis untuk tetap berkembang bahkan lebih maju. Seperti yang telah di kemukakan oleh Tjiptono (2014) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Perusahaan menginginkan setiap konsumennya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan serta strategi apa untuk mencapai suatu kebutuhan dan keinginan para konsumen agar bisa diberikan oleh perusahaan.

Menurut Tjiptono (2017) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : “Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*)”.

Menurut Arief (2018) kepuasan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu perusahaan jasa harus berfokus pada pada kepuasan konsumen untuk

dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan di harapkan oleh konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang di teliti oleh Husna (2019) memiliki variabel yang sama yaitu variabel independen (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen) dengan indikator yang sama yaitu *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, and *Assurance* terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menjelaskan tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pemakai kamar Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.

Maka dari itu saya sebagai peneliti membuat konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2 Konstelasi Penelitian variabel X dan Variabel Y

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang ada, maka penulis dapat mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga adanya penurunan hunian kamar pada Lembah Hijau Mountain Resprt Hotel Cianjur.
2. Diduga penurunan hunian kamar Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur berpengaruh signifikan terhadap rendahnya kesadaran kualitas pelayanan yang diberikan.
3. Diduga ketidakpuasan konsumen sebagai pemicu penurunan tingkat hunian hotel Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian varifikatif dengan metode penelitian explanatory survey, karena metode yang digunakan bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistika inferensial nonparametris yaitu digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dari populasi yang berbeda.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu variabel- variabel yang menjadi perhatian pokok dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan dengan sub variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dan variabel kepuasan konsumen (y) yaitu kesesuaian Harapan dan ketersediaan merekomendasikan.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu *individual* yaitu orang dalam suatu kelompok/ organisasi. Sumber data didapat atau berasal dari (respon) setiap orang/ individu dalam suatu kelompok/ organisasi yang terdapat pada lokasi penelitian di Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

Lokasi penelitian di Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur yang berlokasi di Jalan Raya Puncak, Ciloto, Parabon, RT 03 RW 03, Kec. Cipanas, Kab. Cianjur, Jawa Barat, Indonesia. Hotel ini terhampar seluas 111,722 m². Dan memiliki 27 unit bungalow (83 kamar) dengan tipe yang berbeda yaitu standar room, superior deluxe, executive deluxe dan 3 unit hotel (66 kamar) dengan tipe standard an superior.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan data kualitatif.

Sumber data penelitian yang digunakan adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil wawancara terhadap pihak supervisor, serta memberikan kusioner berupa pertanyaan kepada konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

2. Data Sekunder

Data Sekunder dalam Penelitian ini diperoleh dari data-data yang tersedia pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.

3.4 Operasional Variabel

1) Variabel bebas

Sugiyono (2017:39) variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2) Variabel terikat

Sugiyono (2017: 39) variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. indikatornya sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Independent : Kualitas Pelayanan	Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas Swimming pool, Restoran, dan tempat hiburan lainnya • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki tempat Hiburan yang tidak dimiliki hotel lain 	Interval
	Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki karyawan yang ramah terhadap konsumen dan pengunjung hotel • Lembah Hijau Mountain Resort 	Interval

		<p>Cianjur peduli dan perhatian terhadap konsumen dan pengunjung hotel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki pelayanan yang sesuai yang di harapkan 	
	Daya Tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau mountain resort Cianjur memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen dan pengunjung hotel • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung hotel 	Interval
	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan jaminan 	Interval

		<p>keamanan sesuai yang di harapkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan penanganan yang baik terhadap konsumen dan pelanggan hotel • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur menyediakan jaminan terhadap keselamatan konsumen dan pelanggan hotel 	
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan perhatian terhadap konsumen dan pengunjung hotel • Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung hotel • Lembah Hijau Muntain Resort Cianjur mengutamakan kepentingan para konsumen dan pengunjung hotel 	Interval

	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian Harapan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan puas terhadap staff karyawan yang mengingat secara langsung terhadap konsumen/pelanggan hotel. • Perasaan puas terhadap frekuensi menginap pada lembah hijau mountain resort cianjur • Perasaan puas mengiapi pada lembah hijau mountainresort cianjur 	Interval
Dependent: Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan merekomendasikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen bersedia merekomendasikan lembah hijau resort cianjur pada keluarga, teman, atau patner kerja • Konsumen bersedia merekomendasikan pelayanan yang di berikan staf karyawan hotel lembah hijau mountain resort cianjur • Konsumen bersedia merekomendasikan lembah hijau 	Interval

		sebagai hotel yang cocok untuk berlibur atau sebagai tempat menginap untuk urusan kerja	
--	--	---	--

3.5 Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penarikan sampel dengan teknik non probabilitas dengan metode purposive sampling, metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad \longrightarrow \quad \frac{21,570}{1 + 21,570(0,1)^2} = 99,99$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang masih dapat ditolelir dalam penentuan sampel atau yang diinginkan (1%,5%,10%).

jumlah populasi diambil dari jumlah tamu yang menginap di Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur pada tahun 2020 sebanyak 21.570 orang dengan tingkat kesalahan 10% maka didapatkan jumlah sampelnya sebanyak 99,5 dibulatkan menjadi 100 orang sebagai sampel dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling diatas,maka data terpilih dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder,metode pengumpulan data untuk primer yaitu data survey atau data langsung pada sumber data dengan cara pengamatan dan pengukuran dengan membagikan kusioner kepada para responden. Metode pengumpulan data sekunder yaitu diperoleh dari internet.

Data yang diperlukan dalam penenlitian ini dikumpulkan dengan prosedur sebagai berikut :

1. Studi pustaka

Penelitian ini untuk mempelajari literatur permasalahan dalam perusahaan untuk mendapatkan landasan teori yang dapat digunakan sebagai pemecahan permasalahan.

2. Penelitian langsung

- a. Wawancara yang dilakukan terhadap pihak-pihk yang berkepentingan yaitu manajer Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur

- b. Kusioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pemakai kamar pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Alternatif langsung	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:173) mengemukakan "instrumen yang valid berarti alat yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur"

Menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r = Koefesien validitas item yang dicari
- N = Jumlah responden
- X = Skor yang diperoleh subjek dari keseluruhan item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah nilai dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah nilai dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam kontribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam kontribusi Y

2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:52) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menguji keandalan kusioner yang digunakan maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien Alpha Cronbach's. suatu variabel dikatakan reible jika nilai Alpha Cronbach's > 0,6 dengan rumus sebagai berikut :

$$r_i = \left(\frac{k}{K - 1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

S_i^2 = Jumlah deviasi standar butir

S_t^2 = Varians total

Kriteria uji reliabilitas dengan rumus alpha adalah apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka alat ukur tersebut reliable dan juga sebaliknya $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka alat ukur tidak reliable.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147) analisis deskriptif adalah sebagai berikut :

“Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Menurut Sugiyono (2016:207) pendekatan yang digunakan dalam analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi, perhitungan rumus panjang kelas untuk menentukan interval kriteria.

- a. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan

$$Total\ tanggapan\ Responden = \frac{Total\ skor\ tanggapan\ responden}{skor\ tertinggi\ responden \times Jumlah\ Responden} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut:

$$Interval = \frac{Rentang}{Banyak\ kelas}$$

Dimana:

Rentang = % tertinggi - % terendah

Banyaknya kelas = 4 sesuai dengan jawaban pertanyaan yaitu sangat puas, puas, tidak puas,

Berdasarkan rumus diatas maka panjang responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini

Tabel 3.3
Interprestasi hasil
Skala Pengukuran Variabel

Kategori	Skor / Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7.2 Uji Normalitas dan Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Menurut Suyonto (2016) menjelaskan bahwa uji normalitas sebagai berikut :

“Selain uji asumsi klasik multikolinieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas dimana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Distribusi normal atau distribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi normal atau sama sekali”.

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan test normality kolmogrov-smirnov, menurut Singgih (2012) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Signficanted) yaitu:

1. Jika probabilitas $>0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal
2. Jika probabilitas $<0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

“Menurut Ghazali (2018) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) apabila nilai VIF <10 , berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF >10 maka terdapat multikolinieritas dalam data”.

2. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2016) uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1.

3. Uji Heteroskedastisitas

“Menurut Ghazali (2018) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. uji

heteroskedastisitas untuk menguji terjadi tidaknya heteroskedastisitas maka dilihat dari nilai koefisien korelasi Rank Spearman antara masing-masing nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas”.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. dimana nilai kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independent) yang diwakili oleh bukti langsung (tangibles),Keandalan (Reliability),Daya Tanggap (Responsiveness),Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy) sebagai indikatornya. Kemudian kepuasan konsumen yang diwakili oleh tingkat kinerja dan tingkat harapan sebagai variabel terikat (dependent). Adapun model dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

Rumus:

$$Y_{1,2} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

$Y_{1,2}$ = Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan (Variabel Dependen)

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Variabel Bukti Langsung

b_2 = Koefisien Regresi Variabel Keandalan

b_3 = Koefisien Regresi Variabel Daya Tanggap

b_4 = Koefisien Regresi Jaminan

b_5 = Koefisien Regresi Empati

X_1 = Bukti Langsung (Tangibles)

X_2 = Keandalan (Reliability)

X_3 = Daya Tanggap (Responsiveness)

X_4 = Jaminan (Assurance)

X_5 = Empati (Empathy)

b. Koefisien Determinasi (R Square)

Dalam analisis diperlukan juga untuk melihat berapa persen dari variasi variabel dependen dapat diterangkan oleh variasi independen untuk itu digunakan koefisien. Menurut Sugiyono (2015:231) rumus dari koefisien determinasi adalah:

$$CD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

CD = Koefisien Korelasi

r^2 = Nilai korelasi

c. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan menggunakan perhitungan statistik dengan rumus :

$$t_0 = \frac{b_k}{s_{bk}}$$

(J. Supranto, 2009:266)

Keterangan :

b_k : koefesien regresi

s_{bk} : standar deviasi koefesien regresi

Kriteria tolak H_0 adalah :

$$t_{hitung} > t^{1/2} \alpha \text{ atau } t_{hitung} < -t^{1/2} \alpha$$

Kriteria terima H_0 adalah :

$$-t^{1/2} \alpha \leq t_{hitung} \leq t^{1/2} \alpha$$

H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang diukur dari bukti langsung, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan empati dengan kepuasan pelanggan pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.

H_a : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang diukur dari bukti langsung, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati dengan kepuasan pelanggan Pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.

d. Uji Simultan (f)

Menurut Sarwono (2016), nilai F terdapat dalam keluaran ANOVA merupakan nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian. Hipotesis secara simultan. Hipotesis dalam uji F/uji simultan adalah:

H_0 : tidak berpengaruh secara simultan

H_1 : berpengaruh secara simultan

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F hitung (F_0) dengan F tabel (F nilai kritis) dengan menggunakan ketentuan, yaitu:

Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Adapun pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas F statistic bagian ANOVA (F), dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai p-value $>$ 0,05 ; maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jila nilai p-value $<$ 0,05 ; maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Uji statistic F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN

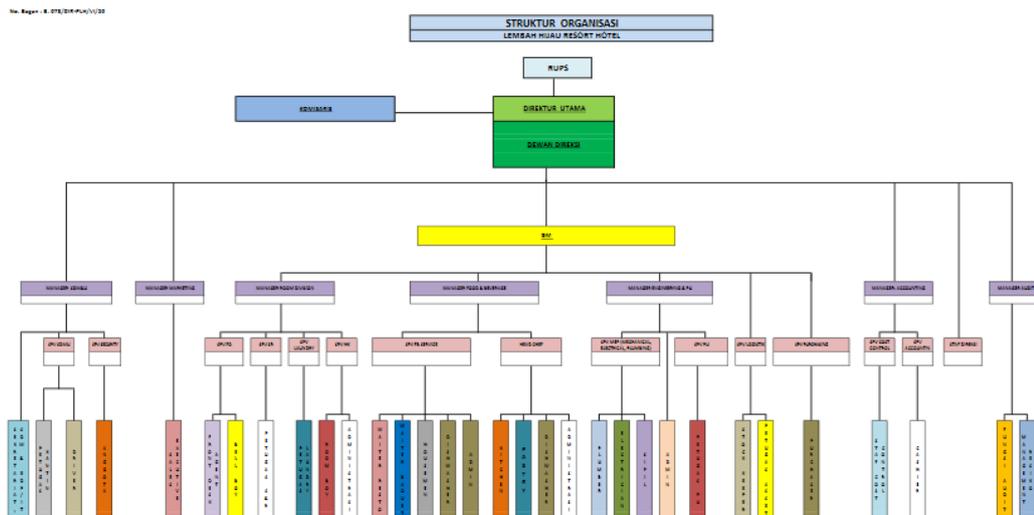
4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Perkembangan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur adalah salah satu resort berbintang tiga dikawasan puncak, yang memiliki udara sejuk dengan suhu udara 18-24 celcius terletak 1200 diatas permukaan laut dengan luas areal komplek Hotel 111.722 M dan memiliki luas bangunan 7.591, Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur berdiri sejak tahun 1984 dengan nama pemilik saham dana pensiunan BRI, Yayasan Kesejahteraan BRI, dan PT. Bringin Karya Sejahtera. Sampai saat ini Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki 149 room yaitu : 27 unit bungalow terdapat 83 room, dengan tipe yang berbeda yaitu : (21= Standar room, 33= Superior room, 12= Exe,Deluxe room,12= Deluxe room, 5= Suite room. Dan terdapat 3 unit hotel dengan 2 tipe yaitu (63 = Standar room, 3= Superior room). Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur sebuah bisnis perhotelan yang berada di kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Hotel ini memberikan pelayanan penginapan kepada para konsumen yang hendak melakukan Pariwisata, berlibur ataupun memiliki urusan dinas dan bisnis.

4.1.2 Struktur Organisasi Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Dalam suatu bisnis struktur organisasi merupakan bagian penting yang memberikan status bagi para karyawan dan memudahkan dalam pengelolaan perusahaan. Struktur organisasi yang digunakan Lembah Hijau mountain Resort Cianjur menggunakan struktur organisasi berupa bagan untuk memperlihatkan tugas dari masing-masing karyawan. Selain itu masing-masing bertanggung jawab pada tugas dan keompoknya. Adapun struktur organisasi Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur sebagai berikut :

1. Komisaris

Sekelompok orang yang dipilih atau ditunjuk untuk mengawasi kegiatan suatu perusahaan atau organisasi.

2. Direktur Utama

Bertindak sebagai pemimpin tertinggi dalam menjalankan usahanya. Direktur mempunyai tugas mengkoordinir dan mengawasi segala aktifitas serta menjalin hubungan koordinatif dengan segala pihak eksternal perusahaan. Direktur bertanggung jawab penuh atas maju tidaknya perusahaan.

3. Direksi

Direksi bertugas menjalankan dan bertanggung jawab mengurus perseroan untuk kepentingan perseroan sesuai maksud dan tujuan perseroan yang ditetapkan dalam anggaran dasar perseroan ini.

4. *Manager Marketing*

Manager Marketing adalah suatu jabatan struktural disebuah tim marketing perusahaan, ia adalah pemimpin semua kampanye pemasaran perusahaan dan mengatur semua strategi pemasaran yang dibuat.

5. Manager Room Division

Manager Room Division adalah suatu jabatan kamar manajer divisi memimpin, mengontrol, dan mengawasi tamu mereka bekerjasama dengan reservasi untuk memastikan dan memaksimalkan tingkat hunian dan pendapatan dan mereka juga bertanggung jawab untuk menyediakan semua perkiraan yang diperlukan.

6. *Manager Food & Beverage*

Manager Food & Beverage adalah suatu jabatan manajer makanan dan minuman profesional hotel yang memiliki spesialis dalam peramalan, perencanaan, pengendalian dan pemesanan makanan dan minuman hotel untuk properti perhotelan. Dan juga mengelola keuangan proses pembelian makanan dan minuman untuk bangunan hotel.

7. *Manager Engineering & PU*

Manager engineering & PU adalah suatu jabatan yang bertanggung jawab untuk mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Memimpin sekelompok insiyur dan membuat keputusan-keputusan penting serta mempertimbangkan keuntungan dan risiko bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

8. *Manager Accounting*

Manager accounting adalah bertanggung jawab mengkalkulasi, menangani, mencatat, bahkan menganalisa dan membuat strategi perpajakan sehubungan dengan kejadian-kejadian ekonomi (transaksi) perusahaan.

9. *Manager Audit*

Manager audit adalah bertanggung jawab atas efesien juga menjadi komunikator yang efektif untuk merancang dan menfokuskan serta menyediakan alat yang dibutuhkan pada hotel.

4.2 Profil Responden

Profil Responden dalam penelitian dibagi menjadi 5, yaitu berdasarkan Jenis kelamin, Usia, Pekerjaan, Asal, dan Alasan Menginap pada lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.

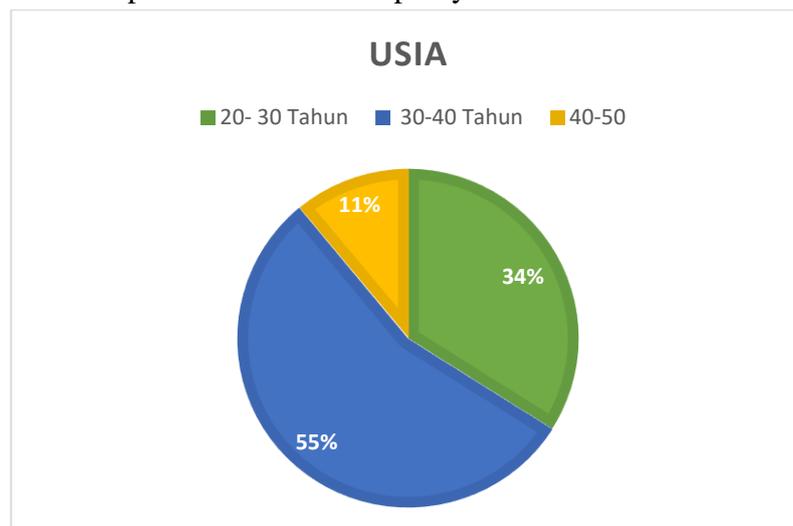
1. Data Responden berdasarkan Pernyataan jenis kelamin



Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah konsumen wanita lebih dominan dibanding dengan pelanggan laki-laki dengan persentase 37%, sedangkan jumlah responden perempuan 63%.

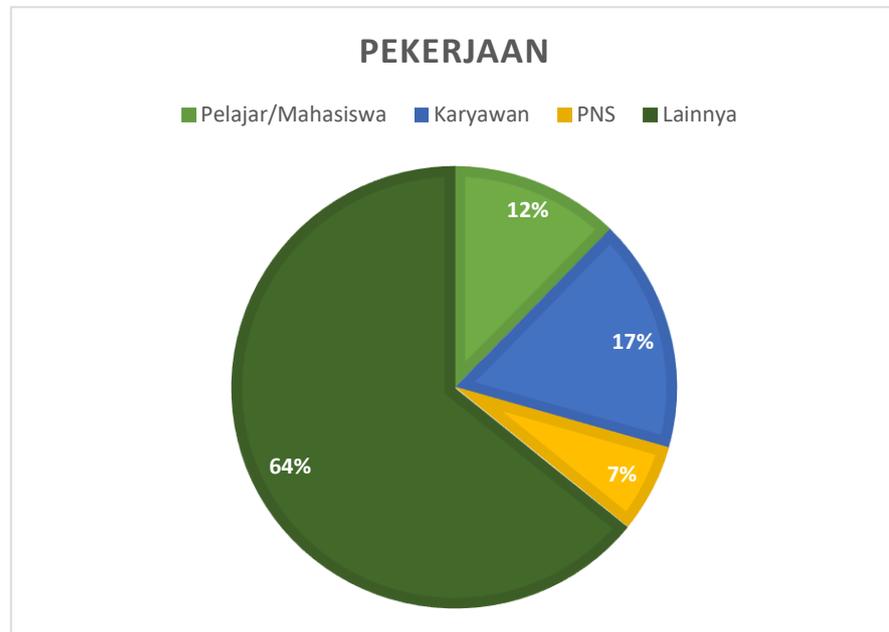
2. Data Responden berdasarkan pernyataan usia



Gambar 4.2 Usia Responden

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah usia 30-40 tahun dengan tingkat persentase 55% dan kemudian usia 20-30 tahun 34% lalu diijuti oleh usia 40-50 tahun 11%

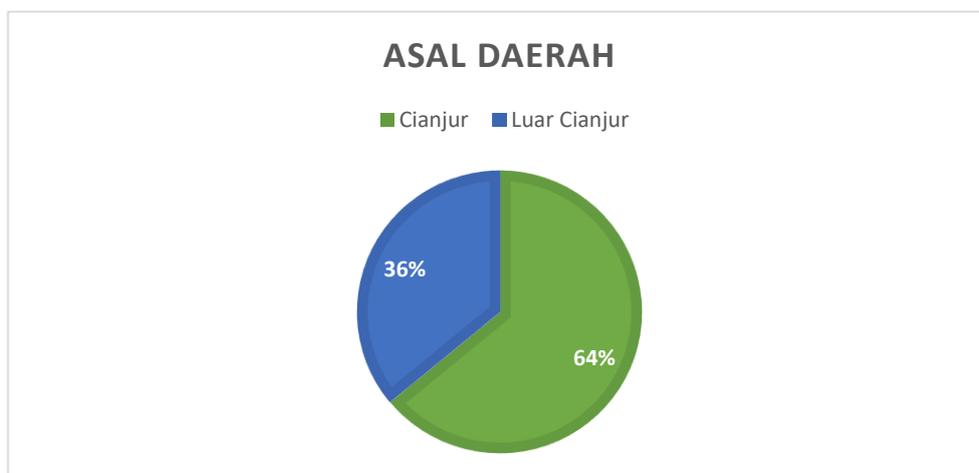
3. Data Responden berdasarkan Pernyataan pekerjaan



Gambar 4.3 Pekerjaan Responden

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar berdasarkan pekerjaan adalah lainnya dengan persentase 33%, karyawan sebesar 32%, pelajar/Mhs sebesar 23%, dan PNS sebesar 12%.

4. Data Responden berdasarkan pernyataan asal daerah



Gambar 4.4 Asal Daerah Responden

Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden pengunjung hotel terbanyak adalah yang berasal dari cianjur dengan jumlah persentase 64%, sedangkan jumlah responden dari luar cianjur sebesar 36%.

4.3 Analisis data

4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	R tabel	R hitung	Keterangan
BF1	0,165	0,769	Valid
BF2	0,165	0,775	Valid
BF3	0,165	0,671	Valid
K1	0,165	0,837	Valid
K2	0,165	0,731	Valid
K3	0,165	0,787	Valid
DT1	0,165	0,846	Valid
DT2	0,165	0,790	Valid
DT3	0,165	0,773	Valid
J1	0,165	0,792	Valid
J2	0,165	0,809	Valid
J3	0,165	0,810	Valid
E1	0,165	0,802	Valid
E2	0,165	0,774	Valid
E3	0,165	0,675	Valid

Sumber: Hasil olahan angket pada SPSS versi 23.0

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas diperoleh hasil bahwa nilai r-tabel < r-hitung, pada Kualitas Pelayanan pada indikator Bukti Fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati adalah Valid. Ini menunjukkan adanya ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Tabel 4.2 Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item	R tabel	R hitung	Keterangan
KH1	0,165	0,846	Valid
KH2	0,165	0,917	Valid
KH3	0,165	0,896	Valid
KM1	0,165	0,742	Valid
KM2	0,165	0,801	Valid

Sumber: Hasil olahan angket pada SPSS versi 23.0

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas diperoleh hasil bahwa nilai r-tabel < r-hitung, Pada Kepuasan Konsumen dengan indikator Kesesuaian Harapan dan Ketersediaan Merekomendasikan adalah Valid. Ini menunjukkan adanya ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Conbarch's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,770	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,815	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.3 diperoleh hasil bahwa Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen memperoleh nilai Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dapat dikatakan reliabel. Ini berarti alat ukur yang digunakan akan tetap konsisten jika pengukurannya diulang kembali.

4.3.2 Analisis Deskriptif

1. Pendapat Responden mengenai Kualitas Pelayanan Pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur

Kualitas Pelayanan Pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur pernyataan-

pernyataan didalam kuesioner, hasil jawaban responden mencakup pilihan sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju hingga sangat tidak setuju.

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

a. Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak untuk di gunakan.

Tabel 4.4 Pernyataan Responden mengenai pernyataan Lembah Hijau Memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak untuk digunakan.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	7	35	7
Setuju	4	55	220	55
Netral	3	30	90	30
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	361	100
Total Tanggapan Responden	72,2			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Menjawab setuju sebanyak 55 orang dengan persentase 55%. Menjawab netral sebanyak 30 orang dengan persentase 30%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang dengan nilai skor total 361.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{361}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 72,2
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 72,2 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

- b. Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang layak untuk di gunakan

Tabel 4.5 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang layak untuk di gunakan.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	15	75	15
Setuju	4	41	164	41
Netral	3	36	108	36
Tidak Setuju	2	7	14	7
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	362	100
Total Tanggapan Responden	72,4			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang dengan persentase 15%. Menjawab setuju sebanyak 41 orang dengan persentase 41%. Menjawab netral sebanyak 36 orang dengan persentase 36%. Menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 7% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang dengan nilai skor total 362.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$
Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{362}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 72,4
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 72,4 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

- c. Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang menjadi daya tarik konsumen atau pengunjung hotel.

Tabel 4.6 Pernyataan responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang menjadi daya tarik konsumen atau pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	7	35	7
Setuju	4	21	84	21
Netral	3	40	120	40
Tidak Setuju	2	32	64	32
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	303	100
Total Tanggapan Responden		30,36		

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.6 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Menjawab setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 21%. Menjawab netral sebanyak 40 orang dengan persentase 40%. Menjawab tidak setuju sebanyak 32 orang dengan persentase 32% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 303.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{303}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 30,36$$

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 30,36 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden cukup setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (30-60).

2. Keandalan (Reliability)

- a. Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki cerminan karyawan yang ramah terhadap konsumen dan pengunjung hotel.

Tabel 4.7 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki cerminan karyawan yang ramah terhadap konsumen dan pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	30	150	30
Setuju	4	42	168	42
Netral	3	28	84	28
Tidak Setuju	2	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	402	100
Total Tanggapan Responden		80,4		

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang dengan persentase 30%. Menjawab setuju sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Menjawab netral sebanyak 28 orang dengan persentase 28%. Menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 402.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{402}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 80,4
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 80,4 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

b. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel selalu mengutamakan kepedulian dan terhadap konsumen dan pengunjung hotel

Tabel 4.8 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Hotel selalu mengutamakan kepedulian terhadap konsumen dan pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	36	180	32
Setuju	4	32	128	36
Netral	3	23	69	23
Tidak Setuju	2	9	18	9
Sangat Tidak Setuju	1	-		-
Total			395	100
Total Tanggapan Responden	79			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.8 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang dengan persentase 36%. Menjawab setuju sebanyak 32 orang dengan persentase 32%. Menjawab netral sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan persentase 9% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 391.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{391}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 79
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 79 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

- c. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur memberikan pelayanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada hotel.

Tabel 4.9 Pernyataan responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	54	270	54
Setuju	4	30	120	30
Netral	3	10	30	10
Tidak Setuju	2	6	12	6
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	432	100
Total Tanggapan Responden		86,4		

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.9 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 54 orang dengan persentase 54%. Menjawab setuju sebanyak 30 orang dengan persentase 30%. Menjawab netral sebanyak 10 orang dengan persentase 10%. Menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 6% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 432.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{432}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 86,4$$

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 86,4 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100)

3. Daya Tanggap (Responsivness)

- a. Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan informasi secara jelas dan tepat kepada konsumen dan pengunjung hotel.

Tabel 4.10 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan informasi secara jelas dan tepat kepada konsumen dan pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	40	200	40
Setuju	4	34	136	34
Netral	3	17	51	17
Tidak Setuju	2	9	18	9
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	405	100
Total Tanggapan Responden	81			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.10 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang dengan persentase 40%. Menjawab setuju sebanyak 34 orang dengan persentase 34%. Menjawab netral sebanyak 17 orang dengan persentase 17%. Menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan persentase 9% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 405.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{405}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 81$$

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 81 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

- b. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur memberikan pelayanan administrasi yang cepat, tepat dan tanggap.

Tabel 4.11 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan administrasi yang cepat, tepat dan tanggap.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	48	240	48
Setuju	4	29	116	29
Netral	3	15	45	15
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-

Total		100	417	100
Total Tanggapan Responden	83,4			

Sumber: Data Kusisioner 2021

Berdasarkan tabel 4.11 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang dengan persentase 48%. Menjawab setuju sebanyak 29 orang dengan persentase 29%. Menjawab netral sebanyak 15 orang dengan persentase 15%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 417.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{417}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 83,4$$

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 83,4 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

- c. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur memberikan pelayanan yang tanggap apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung

Tabel 4.12 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan yang tanggap apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	34	170	34
Setuju	4	23	92	23
Netral	3	32	96	32
Tidak Setuju	2	11	22	11
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	380	100
Total Tanggapan Responden	76			

Sumber: Data Kusisioner 2021

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang dengan persentase 34%. Menjawab setuju sebanyak 23 orang dengan persentase 23%.

Menjawab netral sebanyak 32 orang dengan persentase 32%. Menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang dengan persentase 11% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 380.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$
Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned} &= \frac{380}{5 \times 100} \times 100 \\ &= 76 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 76 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

4. Jaminan (Assurance)

- a. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur memberikan jaminan keamanan kepada konsumen sesuai dengan peraturan hotel.

Tabel 4.13 Pernyataan responden terhadap pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan jaminan keamanan kepada konsumen sesuai dengan peraturan hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	40	200	40
Setuju	4	25	100	25
Netral	3	29	87	29
Tidak Setuju	2	6	12	6
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total			399	100
Total Tanggapan Responden		79,8		

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang dengan persentase 40%. Menjawab setuju sebanyak 25 orang dengan persentase 25%. Menjawab netral sebanyak 29 orang dengan persentase 29%. Menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 6% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan nilai skor total 399.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$
Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{399}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 79,8$$

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 79,8 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

- b. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur menjamin penanganan yang lebih baik terhadap konsumen dan pelanggan hotel.

Tabel 4.14 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur menjamin penanganan yang lebih baik terhadap konsumen dan pelanggan hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	44	220	44
Setuju	4	25	100	25
Netral	3	23	69	23
Tidak Setuju	2	6	12	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
Total		100	403	100
Total Tanggapan Responden	80,6			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang dengan persentase 44%. Menjawab setuju sebanyak 25 orang dengan persentase 25%. Menjawab netral sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 6% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 2% dengan nilai skor total 403.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{403}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 80,6$$

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 80,6 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada

pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

- c. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur menyediakan bentuk jaminan terhadap keselamatan konsumen dan pelanggan.

Tabel 4.15 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur menyediakan jaminan terhadap keselamatan konsumen dan pelanggan.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	47	235	47
Setuju	4	35	140	35
Netral	3	9	27	9
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	418	100
Total Tanggapan Responden	83,6			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang dengan persentase 47%. Menjawab setuju sebanyak 35 orang dengan persentase 35%. Menjawab netral sebanyak 9 orang dengan persentase 9%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase 1% dengan nilai skor total 418.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{418}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 83,6
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 83,6 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

5. Empati (Emphaty)

- a. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur mengutamakan perhatian khusus terhadap konsumen pengunjung hotel.

Tabel 4.16 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur memberikan perhatian terhadap konsumen dan pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	40	200	40
Setuju	4	31	124	31
Netral	3	22	66	22
Tidak Setuju	2	7	14	7
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total			404	100
Total Tanggapan Responden	80,8			

Sumber: Data Kusiner 2021

Berdasarkan tabel 4.16 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang dengan persentase 40%. Menjawab setuju sebanyak 31 orang dengan persentase 31%. Menjawab netral sebanyak 22 orang dengan persentase 22%. Menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 7% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0% dengan nilai skor total 404.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{404}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 80,8$$

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 80,8 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

- b. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung hotel.

Tabel 4.17 Pernyataan Responden Mengenai Pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	41	205	41
Setuju	4	38	152	38
Netral	3	11	33	11
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
Total		100	408	100
Total Tanggapan Responden	81,6			

Sumber: Data Kusiner 2021

Berdasarkan tabel 4.17 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang dengan persentase 41%. Menjawab setuju sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Menjawab netral sebanyak 11 orang dengan persentase 11%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 2% dengan nilai skor total 408.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$= \frac{408}{5 \times 100} \times 100$$

$$= 81,6$$

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 81,6 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

- c. Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur mengutamakan kepentingan para konsumen dan pengunjung hotel.

Tabel 4.18 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur mengutamakan kepentingan para konsumen dan pengunjung hotel.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	44	220	44
Setuju	4	25	100	25
Netral	3	24	72	24
Tidak Setuju	2	4	8	4
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3
Total		100	403	100
Total Tanggapan Responden	80,6			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.18 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang dengan persentase 44%. Menjawab setuju sebanyak 25 orang dengan persentase 25%. Menjawab netral sebanyak 24 orang dengan persentase 24%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3% dengan nilai skor total 403.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{403}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 80,6
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 83,6 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

2. Pendapat Responden mengenai Kepuasan Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur.

Kepuasan Konsumen pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur pernyataan-pernyataan didalam kuesioner, hasil jawaban responden mencakup pilihan sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju hingga sangat tidak setuju.

1. Kesesuaian Harapan

- a. Konsumen merasa puas terhadap staff karyawan yang mengingat secara langsung terhadap konsumen atau pengunjung hotel

Tabel 4.19 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan Konsumen merasa puas terhadap staff karyawan yang mengingat secara langsung terhadap konsumen atau pengunjung hotel

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	22	110	22
Setuju	4	41	164	41
Netral	3	26	78	26
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3
Total		100	371	100
Total Tanggapan Responden		74,2		

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.19 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang dengan persentase 22%. Menjawab setuju sebanyak 41 orang dengan persentase 41%. Menjawab netral sebanyak 26 orang dengan persentase 26%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3% dengan nilai skor total 371.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{371}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 74,2
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan.adalah sebesar 74,2 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan

diatas karena berada pada interval (60-80).

- b. Konsumen merasa Puas terhadap pelayanan yang staff berikan kepada konsumen atau pengunjung hotel.

Tabel 4.20 Pernyataan Responden mengenai Konsumen merasa Puas terhadap frekuensi menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	32	160	32
Setuju	4	36	144	36
Netral	3	21	63	21
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3
Total		100	386	100
Total Tanggapan Responden	77,2			

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.20 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang dengan persentase 32%. Menjawab setuju sebanyak 36 orang dengan persentase 36%. Menjawab netral sebanyak 21 orang dengan persentase 21%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3% dengan nilai skor total 386.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{386}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 77,2
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 77,2 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

c. Konsumen merasa Puas menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Resort Cianjur.

Tabel 4.21 Pernyataan Responden mengenai Konsumen merasa puas menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	41	205	41
Setuju	4	26	104	26
Netral	3	22	66	22
Tidak Setuju	2	11	22	11
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	397	100
Total Tanggapan Responden		79,4		

Sumber: Data Kusioner 2021

Berdasarkan tabel 4.21 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang dengan persentase 41%. Menjawab setuju sebanyak 26 orang dengan persentase 26%. Menjawab netral sebanyak 22 orang dengan persentase 22%. Menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang dengan persentase 11% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0% dengan nilai skor total 418.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{397}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 79,4
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.21 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 79,4 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

2. Ketersediaan Merekomendasikan

- a. Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur pada keluarga, teman atau patner kerja.

Tabel 4.22 Pernyataan Responden Mengenai pertanyaan Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan lembah hijau mountain resort cianjur pada keluarga,teman,atau patner kerja.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	44	220	44
Setuju	4	30	120	30
Netral	3	20	60	20
Tidak Setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total			416	100
Total Tanggapan Responden	83,2			

Sumber: Data Kusiner 2021

Berdasarkan tabel 4.22 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang dengan persentase 44%. Menjawab setuju sebanyak 30 orang dengan persentase 30%. Menjawab netral sebanyak 20 orang dengan persentase 20%. Menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0 % dengan nilai skor total 418.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 &= \frac{416}{5 \times 100} \times 100 \\
 &= 83,2
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan. adalah sebesar 83,2 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (80-100).

- b. Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan pelayanan staff karyawan hotel Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur .

4.23 Pernyataan Responden terhadap pertanyaan Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan pelayanan staf karyawan hotel Lembah Hijau mountain Mesort Cianjur.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	43	215	43
Setuju	4	25	100	25
Netral	3	26	78	26
Tidak Setuju	2	6	12	6

Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total		100	405	100
Total Tanggapan Responden	81			

Sumber: Data Kusisioner 2021

Berdasarkan tabel 4.23 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang dengan persentase 43%. Menjawab setuju sebanyak 25 orang dengan persentase 25%. Menjawab netral sebanyak 26 orang dengan persentase 26%. Menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 6% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0% dengan nilai skor total 405.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned}
 & \frac{405}{5 \times 100} \times 100 \\
 & = 81
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.23 di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 81 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan di atas karena berada pada interval (80-100).

- c. Ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur sebagai hotel yang cocok untuk berlibur atau sebagai tempat menginap untuk urusan bisnis.

Tabel 4.24 Pernyataan Responden mengenai pertanyaan ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan lembah hijau mountain resort cianjur sebagai hotel yang cocok untuk berlibur atau sebagai tempat menginap untuk urusan bisnis.

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	23	115	23
Setuju	4	38	152	38
Netral	3	24	72	24
Tidak Setuju	2	11	22	11
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4
Total		100	365	100
Total Tanggapan Responden	73			

Sumber: Data Kusisioner 2021

Berdasarkan tabel 4.24 tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Menjawab setuju sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Menjawab netral sebanyak 24 orang dengan persentase 24%. Menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang dengan persentase 11% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 4% dengan nilai skor total 365.

Skor Total Hasil Jawaban Responden $\times 100$

Skor Tertinggi Responden

$$\begin{aligned} &= \frac{365}{5 \times 100} \times 100 \\ &= 73 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang menjawab pernyataan bahwa Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan adalah sebesar 73 dengan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pada pertanyaan diatas karena berada pada interval (60-80).

Tabel 4.25 Hasil Rata-rata tanggapan responden Mengenai Kualitas Pelayanan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

No	Ukuran	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata
1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)			
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan.	72,2	58,3
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang layak untuk digunakan	72,4	
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang menjadi daya tarik konsumen atau pengunjung hotel.	30,3	
2. Keandalan (<i>Reliability</i>)			
	Lembah Hijau Mountain Resort Hotel Cianjur memiliki cerminan karyawan yang ramah.	80,4	81,9
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur selalu mengutamakan kepedulian terhadap konsumen atau pengunjung hotel.	79	
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada hotel.	86,4	
3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung hotel.	81	80,13

No	Ukuran	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat.	83,4	
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung hotel.	76	
4. Jaminan (Assurance)			
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan hotel.	79,6	81,26
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur menjamin memberikan penanganan yang lebih baik kepada konsumen.	80,6	
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur menyediakan bentuk jaminan terhadap keselamatan konsumen dan pelanggan hotel.	83,6	
5. Empati (Empathy)			
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan perhatian terhadap konsumen dan pengunjung hotel	80,8	81,33
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung hotel	81,6	
	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan hotel.	80,6	
Rata-rata		76,58	

Sumber: Data Kuesioner diolah 2021

Berdasarkan data tabel 4.25 dari 100 responden maka 76,58 terletak pada interval sangat setuju (60-80). Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai kualitas pelayanan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur dapat disimpulkan bahwa dari ke lima indikator pada variabel kepuasan konsumen nilai tertinggi berada pada indikator “Empati”. Dengan nilai rata-rata perindikator 81,33. sedangkan pada skor terendah pada indikator Kualitas Pelayanan adalah indikator bukti fisik dengan skor rata-rata sebesar 58,3 Dengan pernyataan” Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas yang tidak dimiliki hotel lainnya” dengan skor sebesar 30,3 hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa lembah hijau mountain resort cianjur tidak memiliki fasilitas yang berbeda dari hotel-hotel lainnya.

Tabel 4.26
Hasil Rata-rata tanggapan responden mengenai Kepuasan Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

No	Ukuran	Tanggapan Responden (%)	Rata-rata
1. Kesesuaian Harapan			
	Perasaan puas terhadap staff karyawan yang mengingat secara langsung terhadap konsumen/pelanggan hotel.	74,2	76,93
	Perasaan puas Terhadap Frekuensi menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur	77,2	
	Perasaan Puas Menginap Pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.	79,4	
2. Ketersediaan Merekomendasikan			
	Konsumen bersedia merekomendasikan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur pada keluarga, teman, atau patner kerja.	83,2	79,06
	Konsumen bersedia merekomendasikan pelayanan yang diberikan staf karyawan hotel Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur	81	
	Konsumen Bersedia Merekomendasikan Lembah Hijau mountain Resort Cianjur sebagai Hotel yang cocok untuk berlibur atau sebagai tempat menginap untuk urusan kerja.	73	
Rata-rata		77,99	

Berdasarkan data pada tabel 4.26 dari 100 responden maka 77,99 terletak pada interval sangat setuju (60-80). Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai kepuasan konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur dapat disimpulkan bahwa dari ke dua indikator pada variabel kepuasan konsumen nilai tertinggi berada pada indikator “Ketersediaan Merekomendasikan”. Dengan nilai rata-rata perindikator 79,06 dengan pernyataan “Konsumen bersedia merekomendasikan Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur pada keluarga, teman, atau patner kerja.” Dengan nilai rata-rata per item sebesar 83,2 artinya konsumen menyetujui atau bersedia bahwa setelah menginap pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur akan merekomendasikan pada orang orang terdekat untuk menginap di hotel tersebut.. sedangkan pada skor terendah pada indikator Kesesuaian harapan dengan dengan nilai rata-rata perindikator sebesar 76,93. Dengan pernyataan” Perasaan puas terhadap staff karyawan yang mengingat secara langsung terhadap konsumen/pelanggan hotel” sebesar 74,2.

4.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.

Tabel 4.27

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.00478279
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.078
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127 ^c

Hasil uji SPSS yang mempengaruhi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian memiliki distribusi normal karena unstandardized residual Asymp Sig bernilai $0,127 > 0,05$.

2. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.

Cara untuk mengetahui ada atau tidak nya gejala multikolonieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,10; maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.28

Hasil Uji Multikolonieritas

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Model							

1	(Constant)	30.216	2.373		12.732	.000		
	Kualitas Pelayanan (X)	.467	.041	.753	11.323	.000	1.000	1.000

Pada tabel 4.28 dapat diketahui bahwa masing masing nilai probabilitas (sig) $1,000 > 0,05$. Maka masing masing variabel tidak terjadi Heteroskedastisitas

3. Uji Heteroskedasitas

Tabel 4.29

Hasil Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.865	1.547		3.144	.002
	Kualitas Pelayanan (X)	-.046	.027	-.170	-1.709	.091

a. Dependent Variable: Abs_RES

Pada tabel 4.29 dapat diketahui bahwa masing-masing nilai probabilitas (Sig) $0,91 > 0,05$. Maka dapat dinyatakan tidak terjadi Heteroskedasitas.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Penelitian ini menguji apakah ada pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pemakai Kamar Pada Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur. Hasil perhitungannya dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.30
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.216	2.373		12.732	.000
	Kualitas Pelayanan (X)	.467	.041	.753	11.323	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

4.5.1 Koefisien Determinasi (R square)

Pengujian ini untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikatnya. Hasil koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R yang dapat dilihat pada hasil SPSS berikut:

Tabel 4.31
Hasil Uji S Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.562	3.020

4.5.2 Uji t

Tabel 4.31

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.216	2.373		12.732	.000
	Kualitas Pelayanan (X)	.467	.041	.753	11.323	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan tabel *Coefficients* nilai t hitung 11,323 yang artinya t hitung > t tabel (11,323 > 1,60) dengan signifikan t sebesar 0,001 karena signifikan t lebih kecil dari 10% ($0,000 < 0,1$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4.5.3 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1169.467	1	1169.467	128.219	.000 ^b
	Residual	893.843	98	9.121		
	Total	2063.310	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

- a) Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui F hitung adalah sebesar 128,219, sedangkan nilai F tabel untuk taraf nyata (α) sebesar 10% serta $df_1 = k-1$ $df_2 = n-k$ yaitu $df_1 = 1$ dan $df_2 = 98$ adalah sebesar 2,76. Dengan kata lain F hitung > F tabel yaitu $128,219 > 2,76$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen.
- b) Berdasarkan hasil uji F juga diketahui bahwa nilai signifikansi yang muncul sebesar 0,001 yang berarti sig F ($0,000 < 0,1$), hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat signifikansi yang kuat terjadi pada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka kesimpulannya kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Kamar Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

5.2 Saran

1. Bagi Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur di harapkan untuk lebih memperhatikan Kualitas pelayanan dari segi bukti fisik, karena memiliki nilai terendah dan terbilang belum memuaskan seperti yang dirasakan oleh konsumen hotel.
2. Bagi konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur di harapkan hasil penelitian dapat menjadi masukan pada pengetahuan konsumen, dan menambah wawasan sebagai bacaan ilmiah.
3. Bagi peneliti yang akan datang penelitian ini hendaknya lebih dikembangkan lagi agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar. Sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, misalnya menggunakan metode lain dalam meneliti Kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler. (2015). *"Marketing an intoduncing prentice hall twelfth edition.*
England: Pearson Education,inc.
- Fazrurahman, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen
pada Hotel Lorin Sentul. *Skripsi.*
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM.
SPSS) Edisi 8 Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Husna, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Prangrango 2 Bogor. *Skripsi* .
industri perhotelan . (013, juni 22). pp. diakses:hhttp://esgotado.net/indusstri perhotelan-di-indonesia.
- Keller, A. &. (2015). "*Marketing an introducing pretice hall twelfth edition*. England.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principless of marketing*. New Jersey: Pearson Prentoice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *American Marketing Association*.
- Philip, K. d. (2000). *Manajemen Pemasaran edisi Milinium,edisi Bahasa Indonesia*.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. United Kingdom: seventeenth Edition ,Pearson Education Limited.
- Pitoy, C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best the lagoon manado.
- Priansa, D. (2017). Perilaku konsumen dalam bisnis kontemporer. Bandung.
- Rosanty, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lotus Garden. *Skripsi*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan kombinasi*. Bandung: (Mixed Methods).
- Susepti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tamu Hotel (studi kasus persepsi tamu hotel mahkota plengkung Banyuwangi). *Journal*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa dan Pripsip-Prinsip Penerapan dan penelitian* . Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Edisi 4.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Curruculum vitae****A.Data Pribadi**

Nama : Nia Putri Ningsih

Tempat, Tanggal Lahir : Sawit Permai, 30 Mei 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Prov :Pekanbaru, Kab :Siak Sri Indrapura, Kec:Dayun
Email : Itsniaputriningsih@gmail.com
Pendidikan : Universitas Pakuan
IPK :

B. Riwayat Pendidikan :
2005-2011 : SD Negeri 16 Sawit Permai
2011-2014 : SMP Negeri 1 Dayun
2015-2017 : SMA Negeri 1 Dayun
2017-2021 : Universitas Pakuan

Kusioner

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Kamar Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Kepada

Yth, Bapak / Ibu / Saudara/I Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur

Dengan Hormat

Bersama ini saya

Nama : Nia Putri Ningsih

NPM : 021117239

Dengan ini saya memohon kepada Bapak / Ibu / Saudara/I Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur agar meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi kusioner ini. Kusioner ini akan saya gunakan sebagai data peneitian saya yang berjudul Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Kamar Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur. Besar harapan saya kepada Bapak / Ibu / Saudara/i Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur untuk mengisi kusioner ini. Isi yang terdapat di kusioner ini untuk kepentingan akademik. Informasi yang anda sampaikan akan dirahasiakan dan dijaga dari pihak manapun. Atas perhatian dan kerja sama Bapak / Ibu / Saudara/i Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur saya ucapkan terima kasih .

Hormat Saya

Nia Putri Ningsih

1. Identitas Responden

Isilah pernyataan sesuai dengan keadaan Anda.

1. Jenis Kelamin Laki-Laki Perempuan
2. Usia
 - i. 20-30 Tahun

- ii. 30-40 tahun
 - iii. 40-50 tahun
 - iv. > 50 Tahun
3. Pekerjaan
- d. Mahasiswa/i
 - e. Karyawan Swasta
 - f. PNS
 - g. Lainnya
4. Asal
- a. Cianjur
 - b. Luar Cianjur
5. Alasan Menginap
- a. Liburan
 - b. Urusan Bisnis
 - c. Lainnya

II. Petunjuk Pengisian

1. Tanggapilah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian saudara mengenai “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur.
2. Keterangan pilihan jawaban adalah sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

III Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Pelayanan					
	Bukti Fisik					
1	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki peralatan atau perlengkapan yang baik dan layak digunakan					
2	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki fasilitas Swimming pool, Restoran, dan tempat hiburan lainnya					
3	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki tempat Hiburan yang tidak dimiliki hotel lain					
	Kehandalan					
4	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki karyawan yang ramah terhadap konsumen dan pengunjung hotel					
5	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur peduli dan perhatian terhadap konsumen dan pengunjung hotel					
6	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memiliki pelayanan yang sesuai yang di harapkan					

	Daya Tanggap					
7	Lembah Hijau mountain resort Cianjur memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen dan pengunjung hotel					
8	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat					
9	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung hotel					
	Jaminan					
10	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan jaminan keamanan sesuai yang di harapkan					
11	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan penanganan yang baik terhadap konsumen dan pelanggan hotel					
12	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur menyediakan jaminan terhadap keselamatan konsumen dan pelanggan hotel					
	Empati					
13	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur memberikan perhatian terhadap konsumen dan pengunjung hotel					

14	Lembah Hijau Mountain Resort Cianjur mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung hotel					
15	Lembah Hijau Muntain Resort Cianjur mengutamakan kepentingan para konsumen dan pengunjung hotel					
	Kepuasan Konsumen (Y)					
	Kesesuaian Harapan					
1	Perasaan puas terhadap staf karyawan yang mengingat secara langsung terhadap tamu					
2	Perasaan puas terhadap frekuaensi menginap pada lembah hijau mountain resort cianjur					
3	Perasaan puas mengiap pada lembah hijau mountainresort cianjur					
	Ketersediaan Merekomendasikan					
4	Konsumen bersedia merekomendasikan lembah hijau resort cianjur pada keluarga, teman, atau patner kerja					
5	Konsumen bersedia merekome nasikan pelayanan yang di berikan staf karyawan hotel lembah hijau mountain resort cianjur					
6	Konsumen bersedia merekomendasikan lembah hijau sebagai hotel yang cocok untuk berlibur atau sebagai tempat menginap untuk urusan kerja					

Lampiran

Kualitas Pelayanan (X)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4
4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	2	3	4	4	2	4	3	5	4	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	4	3	2	2	3	2	4	4	4	2	4	5
4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5

3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	5	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3
3	4	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	5
5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	5	4

4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3
4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
3	5	3	5	5	4	3	2	2	3	4	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
4	4	4	3	5	2	3	5	4	5	4	3	3	3	3
3	5	4	2	5	3	3	3	3	3	4	4	5	2	3
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4	3
5	5	4	3	5	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4

5	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	3	3	4	4	4	1	4	4	5	5	2	4
4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	1	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	2	1	5	3	4	5	4	4	5	5	5	2	2
4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3
5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3
4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4

4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4
5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	3
5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4
5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
5	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2
5	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
5	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	2	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4
5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3
4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	4
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4

4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3
5	5	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
5	5	3	2	5	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4
4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3
4	5	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3
4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3

5 5 3 4 4 3 3 4 4 4 4 4 3 4 4

Kepuasan Konsumen (Y)

P1	P2	P3	P4	P5	P6
4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4
5	3	4	5	2	3
3	3	3	3	3	4

4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	3	4
5	4	3	4	3	4
3	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	5
2	2	2	2	2	4
2	2	2	2	2	5
3	2	2	3	2	4
5	5	4	3	4	4
3	4	4	4	3	4
2	2	3	3	3	4
4	4	4	5	3	5
3	4	4	4	4	5
4	5	5	3	5	4
4	4	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4

4	4	4	4	5	4
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5
4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
3	3	2	2	3	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	5	3	3	5	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	4
3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4

5	4	3	4	4	5
3	5	3	4	5	4
5	5	2	4	5	5
4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5
4	5	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	2	3	4
1	3	1	2	3	3
5	5	5	5	5	5
4	3	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	5
4	4	4	3	4	5
3	4	4	4	4	5
3	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	4

4	3	4	4	3	4
3	4	3	4	3	4
4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	3	4
4	4	3	4	4	5
3	4	3	5	4	5
3	4	5	4	3	3
4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	3	4
4	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3
4	4	4	3	4	4
3	4	4	3	4	4
4	5	4	3	4	4
4	4	3	3	3	4
4	3	4	4	3	4

3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	3
4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	5
4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4
4	3	3	3	4	4
4	3	4	4	4	3
4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4

4	4	3	3	4	3
3	3	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4