

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL ASTON IIN GIDEON

Ervin Adhitia Pranata¹, Triana Ananda Rustam²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam
email: pb170910125@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Facilities and service quality are the main factor that must be considered when the competition is getting tougher, competing hotels promote the best facilities they have to attract customer attention and provide good quality service in order to create customer satisfaction so that customers will be comfortable in the hotel. The purpose of this research is how much influence the facilities and service quality on customer satisfaction at Aston Inn Gideon Hotel with simple random sampling technique, that is data collection was randomly selected from 364 respondents who were distributed using a questionnaire. Quality test of the data in this study using validity test and reliability test, classic assumption test and influence test. In this research using multiple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination (R²), while the hypothesis test in this research used the t test and f test by using the SPSS software version 25. The result of the coefficient of determination (R²) obtained is that the facility and service quality variables have an effect of 84.3% on customer satisfaction.

Keywords: Customer satisfaction; Facilities; Service Quality.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis utamanya bidang jasa sangat berkembang saat ini, satu diantaranya bidang pariwisata. Dunia pariwisata memiliki potensi besar karena Indonesia menawarkan berbagai keindahan alam serta keunikan kultur lokal. Seluruh potensi ini menjadi peluang pariwisata utamanya bisnis perhotelan. Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang memiliki fasilitas dengan kualitas pelayanan, kenyamanan yang diperlukan untuk mereka yang menginginkan tempat bermalam guna keperluan keluarga ataupun pakansi.

Kepuasan pelanggan bisa di dapatkan melalui fasilitas yang di berikan pihak hotel kepada tamunya. Semakin menarik fasilitas dan kualitas jasa, hendak kian tinggi juga nilai kepuasan pelanggan kepada hotel itu. Tingginya nilai fasilitas dan pelayanan tersebut tak terlepas dari bantuan pihak manajemen. Kualitas pelayanan akan didapatkan oleh perusahaan dan kesuksesan bisa ditetapkan berlimpah aspek yakni

pegawai, teknologi, serta keterlibatan pelanggan, serta seberapa besar tiap-tiap aspek tersebut dalam memberikan andil terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan.

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

Kualitas pelayanan ialah suatu kemampuan yang diberi individu terhadap individu lainnya. Kemampuan bisa berwujud aktivitas yang tidak berbentuk dan tidak berdampak terhadap kepemilikan fasilitas apapun serta pada siapapun. Bagian utamanya adalah pelayanan ialah sebuah aktivitas yang dilaksanakan penjual terhadap pelanggannya untuk memenuhi keperluan dan keinginan pelanggan (Lubis & Andayani, 2017:234).

Masalah yang dihadapi ialah kurangnya pemberian fasilitas yang cukup baik dan kualitas pelayanan yang rendah, sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hotel Aston Inn Gideon.

KAJIAN TEORI

2.1 Fasilitas

Fasilitas ialah berbagai macam peralatan, peranti kerja serta layanan yang berlaku menjadi perlengkapan utama/penolong ketika melakukan pekerjaan, serta sosial berwujud keperluan pihak yang masih berkaitan bersama organisasi kerja tersebut ataupun semua hal yang dipakai, ditempati, serta dinikmati orang pertama (Endang & Sugiyanto, 2019:1033).

Fasilitas ialah wujud fisik ataupun suasana yang dibuat eksterior serta interior yang disiapkan organisasi guna membuat rasa aman serta nyaman pelanggannya (Maydiana, 2019:449) Menurut (Nadianingrum & Saputra, 2020:533). indikator fasilitas adalah:

1. Pemikiran/perencanaan spasial
2. Perencanaan tempat
3. Perlengkapan/perabotan
4. Tata cahaya dan corak
5. Pesan yang disampaikan ilustratif
6. Elemen pendukung, tanpa fasilitas pendukung lainnya

2.2 Kualitas Pelayanan

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

service) serta jasa yang dirasa (*perceived service*).

Kualitas pelayanan ialah semua bentuk kegiatan yang dilaksanakan perseroan agar mencukupi keinginan pelanggan. Pelayanan di hakikatnya ialah serangkaian aktivitas sebab ialah tahapan, selaku tahapan layanan terjadi secara rutin serta terus-menerus mencakup semua kehidupan organisasi serta rakyat (Irfan, 2018:84). Menurut (Dewi, Yulianthini, & Telagawathi, 2019:85). indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan
2. Daya tanggap
3. Kompetensi
4. Mengakses
5. Sikap sopan dan santun
6. Komunikasi
7. Kredibilitas
8. Keamanan
9. Memahami/mengetahui pelanggan
10. Bukti fisik

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai seseorang yang merasakan keadaan, baik kebahagiaan atau ketidakhahagiaan, selanjutnya dari membandingkan sebuah produk yang dirasa (capaian) dalam kaitannya dengan keinginan Orang tersebut (Noerchoidah, 2017:81).

Menurut (Maryati & Husda, 2020:21). kepuasan adalah beda antara keinginan serta performa. Apabila keinginan lebih tinggi sedang performa biasa saja hingga kepuasan tidak akan tercapai, kebalikannya jika performa melebihi kemauan hingga kepuasan tercapai. Menurut (Ahror & Soekotjo, 2017:5) terdapat 4 metode guna mengukur kepuasan pelanggan, yakni:

1. Sistem keluhan serta saran.
2. Survei kepuasan pelanggan.
3. Ghost shopping.
4. Analisa pelanggan yang hilang.

2.4 Penelitian Terdahulu

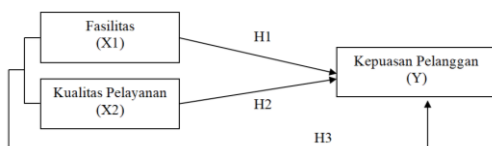
Penelitian dari (Noerchoidah, 2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) di Surabaya". Jurnal BISMA – Bisnis dan

Manajemen, dengan metode analisis data yang dipakai ialah SPSS versi 17.0 bersama total responden yakni 100 responden. Hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan.

Penelitian dari (Hasrina, 2018) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai”. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, dengan metode analisis data yang dipakai ialah SPSS versi 17.0 dengan jumlah responden 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak pada taraf kepuasan rakyat di PT Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai.

Penelitian dari (Syahsudarmi, 2018) dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekanbaru”. Jurnal Development, dengan menggunakan teknik purposive sampling kepada 30 responden. Hasil penelitian membuktikan fasilitas serta kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan.

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
(Sumber: Penelitian, 2021)

2.6 Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka pemikiran tersebut, berikut adalah perumusan hipotesis penulis:

H1: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial pada kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan secara parsial pada kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon.

H3: Fasilitas serta kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan pada kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini ialah menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian ini memakai penelitian kuantitatif, metode ini dinamai positivistik karena ilmiah/scientific dimana penelitian jenis ini sudah mencukupi kaidah-kaidah ilmiah yakni konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional serta sistematis (Sugiyono, 2012:8). Sampel pada penelitian ini peneliti menghitung dengan menggunakan rumus lemeshow, sehingga didapatkan sampel sejumlah 364 responden. Penelitian ini memakai SPSS 25 dimana peneliti menyebarkan kuesioner yang kemudian diuji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Profil responden di studi antara lain sesuai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berikut beberapa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	294	80,8	80,8	80,8
	Perempuan	70	19,2	19,2	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Dari tabel 1 yang disajikan diatas, maka menunjukkan responden dalam penelitian ini mayoritas adalah pria dengan jumlah responden sebesar 294 responden dengan persentase 80.8% dan responden wanita sebanyak 70

responden dengan persentase 19,2% maka, ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada Hotel Aston Inn Gideon lebih didominasi oleh pria dibandingkan dengan wanita.

Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 tahun	6	1,6	1,6	1,6
	26-30 tahun	42	11,5	11,5	13,2
	31-35 tahun	193	53,0	53,0	66,2
	> 36 tahun	123	33,8	33,8	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Sesuai tabel 2 yang disajikan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa pada usia 18 – 25 tahun sebanyak 6 responden dengan persentasinya 1,6%, di usia 26 – 30 tahun totalnya terdapat 42 responden dan persentasinya 11,5%, selanjutnya usia 31 – 35 tahun sebesar 193 responden dengan persentase 53,0%, dan responden yang berusia >36

tahun totalnya adalah 123 responden memiliki persentase 33,8%. Berdasarkan data tersebut didapatkan simpulan mengenai responden yang berusia 31-35 tahun dinyatakan responden paling banyak, pada pelanggan Hotel Aston Inn Gideon didominasi oleh kalangan dewasa pada range usia tersebut.

Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	123	33,8	33,8	33,8
	S1	173	47,5	47,5	81,3
	Lain-nya	68	18,7	18,7	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Terdapat tabel 3 yang disajikan diatas, maka disimpulkan bahwa responden di peneitan ini oleh yang pendidikan SMA sebanyak 123 responden dengan persentase 33.8%, kemudian S1 dengan sebesar 173 responden dengan persentase 47.5%, Lain-nya memiliki 68 responden dengan persentase 18.7%.

dengan demikian dapat ditetapkan responden berpendidikan S1 sebagai responden terbanyak dari total responden yang turut berpartisipasi dikarenakan pelanggan Hotel Aston Inn Gideon banyak di isi oleh responden yang berpendidikan S1

Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	1	,3	,3	,3
	Wiraswasta	211	58,0	58,0	58,2
	Karyawan	84	23,1	23,1	81,3
	Lain-nya	68	18,7	18,7	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk ke tabel 4 yang disajikan di atas, maka bisa dipahami bahwa menurut pekerjaan responden lebih didominasi pada tingkat pelajar yaitu sebanyak 1 responden dengan persentase ,3%, wiraswasta yaitu sebanyak 211 responden dengan persentase 58.0%, karyawan yaitu

sebanyak 84 responden dengan persentase 23.1%, dan lain-nya yaitu sebanyak 68 responden dengan persentase 18.7%. dengan demikian dapat ditetapkan responden wiraswasta sebagai responden paling banyak menginap dari total responden yang turut berpartisipasi dikarenakan pelanggan

Hotel Aston Inn Gideon banyak di isi oleh responden yang bekerja menjadi wiraswasta .

4.2 Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_1)

Pertanyaan	<i>Corrected Item- Total Correlation r hitung</i>	r tabel	Keterangan
X1.1	0,855		
X1.2	0,843		
X1.3	0,899		
X1.4	0,815		
X1.5	0,904	0,1028	Valid
X1.6	0,806		
X1.7	0,897		
X1.8	0,840		
X1.9	0,895		
X1.10	0,885		
X1.11	0,493		
X1.12	0,886		

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk di tabel 5, dapat dilihat seluruh pernyataan nilai r-hitung atau Corrected Item - Total Correlation > r-tabel, dikatakan valid dan bisa dilakukan proses pengujian selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Pertanyaan	<i>Corrected Item- Total Correlation r hitung</i>	r tabel	Keterangan
X2.1	0,937		
X2.2	0,938		
X2.3	0,903		
X2.4	0,901		
X2.5	0,923	0,1028	Valid
X2.6	0,925		
X2.7	0,906		
X2.8	0,870		
X2.9	0,915		
X2.10	0,646		

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk di tabel 6, Hasil uji validitas variabel distribusi tertera yakni ke semua pernyataan skor r-hitungnya > r-tabel, menegaskan ke semua pernyataan kuesioner telah valid dan dapat dilanjutkan proses pengujian berikutnya.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	<i>Corrected Item- Total Correlation r hitung</i>	r tabel	Keterangan
Y.1	0,883		
Y.2	0,882		
Y.3	0,896		
Y.4	0,869	0,1028	Valid
Y.5	0,830		
Y.6	0,839		
Y.7	0,555		
Y.8	0,754		

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk ditabel 7 di atas, mampu ditegaskan seluruh angka r-hitungnya ataupun Corrected Item - Total Correlation > r-tabel, maka bisa dikatakan valid dan bisa dilakukan proses oleh pengujian berikutnya.

4.3 Uji Reabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Fasilitas	0,960	Realibel
Kualitas Pelayanan	0,968	Realibel
Kepuasan Pelanggan	0,924	Realibel

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Hasil uji realibilitas yang ditampilkan di tabel diatas menunjukkan yakni seluruh variabel memperlihatkan koefisien cronbach's alpha cukup tinggi yakni rata-rata pada kisaran 0,951 > 0,60 bisa dikonklusikan instrumen ukur di item pernyataan mampu dipercaya (reliabel).

4.4 Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		364
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,03910569
	Absolute	,042
Most Extreme Differences	Positive	,031
	Negative	-,042
	Test Statistic	,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,183 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk pada hasil uji Kolmogrov-Smirnov di tabel 9, dapat dinyatakan data mempunyai distribusi normal sebab

nilainya ialah Asymp.Sig. (2-Tailed) mulai 0,183 > 0,05.

4.5 Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
	Tolerance		VIF	
1	Total.Fasilitas	,136		7,328
	Total.Kualitas.Pelayana	,136		7,328

a. Dependent Variable: Total.Kepuasan.Pelanggan

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk ke tabel 10, menunjukkan tabel multikolinearitas bersama skor VIF dari tiap variabel fasilitas dan kualitas pelayanan 7,328 yakni dibawah 10, serta skor Tolerance dari setiap variabel

fasilitas dan kualitas pelayanan 0,136 yakni lebih dari 0,01. Bisa dinyatakan tak terjadi multikolinearitas.

4.6 Uji Heterokedastisitas

Tabel 11. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,040	,374		5,460	,000
	Total.Fasilitas	-,040	,022	-,257	-	,070
	Total.Kualitas.Pelayanan	,036	,025	,201	1,417	,157

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Sebuah model regresi dikatakan tak berlangsung gejala heteroskedastisitas jika memiliki angka signifikan > 0,05. Dari tabel 11, mampu dilihat angka signifikan fasilitas (X1) 0,070 > 0,05 serta kualitas

pelayanan (X2) 0,157 > 0,05. Capaian uji heteroskedastisitas memakau uji glejser ini dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 12. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,155	,636		4,961	,000
	Total.Fasilitas	,088	,038	,132	2,345	,020
	Total.Kualitas.Pe layanan	,602	,043	,794	14,079	,000

a. Dependent Variable: Total.Kepuasan.Pelanggan

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Berdasarkan tabel 12, persamaan yang dilakukan yaitu $Y = 3,155 + 0,088 X_1 + 0,602 X_2$. Dan dapat disimpulkan bahwa:

1. Konstanta memiliki nominal sebesar 3,155 yang berarti bahwa fasilitas (X1) bernilai 0,020 serta kualitas pelayanan (X2) yakni 0,000 hingga variable kepuasan pelanggan (Y) nominalnya 3,155.
2. Nilai koefisien regresi fasilitas (X1) memiliki nominal yakni 0,088 maknanya ialah variable independent lainnya angkanya konstan, serta variable fasilitas hendak mengalami penambahan 1 poin ataupun 1 % hingga kepuasan pelanggan bertambah yakni

0,088. Koefisien fasilitas (X1) adalah positif, yang maknanya bahwa terdapat hubungan positif fasilitas (X1) serta kepuasan pelanggan (Y). Itu bermakna kian tinggi skor fasilitas (X1), kian tinggi juga kepuasan pelanggan (Y).

3. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki skor 0,602 artinya ketika variable independent lain skornya tetap, serta distribusi hendak naik 1 poin ataupun 1% hingga kualitas pelayanan akan naik sebesar 0,602. Semakin meningkat skor variabel kualitas pelayanan (X2) hendak menaikkan kepuasan pelanggan (Y).

4.8 Uji Determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,918 ^a	,843	,842	2,045

a. Predictors: (Constant), Total.Kualitas.Pelayanan, Total.Fasilitas
b. Dependent Variable: Total.Kepuasan.Pelanggan

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk di tabel 13, hasil analisis skor R square bernilai 0,843. Itu artinya antara variable fasilitas (X1) serta kualitas pelayanan (X2) pada korelasi

pada kepuasan pelanggan yakni 84,3% sedang selebihnya 15,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tak masuk dalam penelitian ini.

4.9 Uji T

Tabel 14. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,155	,636		4,961	,000
Total.Fasilitas	,088	,038	,132	2,345	,020
Total.Kualitas.Pelayanan	,602	,043	,794	14,079	,000

a. Dependent Variable: Total.Kepuasan.Pelanggan

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Berdasarkan hasil tabel 14, maka uji hipotesis untuk masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H1) menyatakan fasilitas berpengaruh secara parsial pada kepuasan pelanggan. Dapat dilihat di tabel di atas angka t hitung $2,345 > 1,967$ t tabel bersama

tingkatan signifikansi variabel fasilitas yakni $0,020 < 0,05$. Capaian uji hipotesis pertama dinyatakan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif serta signifikan kepuasan pelanggan sebab variabel fasilitas memiliki angka t hitung $> t$

tabel serta angka signifikansi $< 0,05$ maka kesimpulannya (H1) diterima.

- Hipotesis kedua (H2) memperlihatkan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Mampu ditinjau di tabel diatas angka t hitung $14,079 > 1,967$ t tabel dengan taraf signifikansi variabel kualitas

pelayanan yakni $0,000 < 0,05$. Capaian uji hipotesis kedua dinyatakan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan memiliki angka t hitung $> t$ tabel serta angka signifikansi $< 0,05$ maka kesimpulannya (H2) diterima.

4.10 Uji F

Tabel 15. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8121,529	2	4060,764	971,245	,000 ^b
	Residual	1509,337	361	4,181		
	Total	9630,865	363			

a. Dependent Variable: Total.Kepuasan.Pelanggan

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

(Sumber: Output SPSS, 2021)

Merujuk di tabel 15, yang terlihat dapat dinyatakan bahwa F hitung = $971,245 > 3,021$ dan nominal signifikannya $0,000 < 0,05$ (nilai Alpha), sehingga bisa dikonklusikan (H3) yang menyatakan

fasilitas (X1) serta kualitas pelayanan (X2) secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan (Y) Hotel Aston Inn Gideon

SIMPULAN

Dalam penelitian serta pemaparan yang sudah di jabarkan sebelumnya, maka ada beberapa kesimpulan yang bisa peneliti uraikan, yakni :

- Fasilitas memiliki pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon.
- Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon.
- Fasilitas serta kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahror, U. Al, & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–20.
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., &

- Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS Kesehatan Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 82–92.
- Endang, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bonjonegoro. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 4(3), 1033.
- Hasrina, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(3), 133–141.
- Irfan, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82–97.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan

- (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, 8(1), 19–26.
- Maydiana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 07(02), 449.
- Nadianingrum, N. W., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Capella Dinamik Nusantara. *Open Journal System*, 3(3), 531–541.
- Noerchoidah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) Di Surabaya. *BiSMA - Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 80–90.
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah PT FAC Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. *JURNAL DEVELOPMENT*, 6(1), 47–60.