



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Gardenia Cafe Shop di Sintesa Peninsula Hotel Manado

Sonny Wijanarko, Meily E. Gosal

Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Manado, Indonesia

Email:

sonny@stpmanado.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:
Quality
Service
Facility
Guest

Abstract

This research aims to find out and analyze the influence of service quality and facilities on guest satisfaction at the Gardenia Café Shop at Sintesa Peninsula Hotel Manado. The research method used iQuantitative Method, with techniques resulting from Multiple Linear Regression Analysis. The population in this study were hotel guests, with sample of 30 guests at Sintesa Peninsula Hotel Manado. Data was collected by distributing questionnaires using a Likert scale, using the SPSS version 26 application. Based on the results of calculations and tests, it was found that the service quality variable had a positive and significant effect on guest satisfaction with tcount 1.210 > ttable 2.052, the facility variable had a positive and significant effect on guest satisfaction with tcount 4.749 > ttable 2.052, the service quality and facilities variables had a simultaneous effect on guest satisfaction with Fcount 42.386. The next test results based on the Coefficient of Determination showed the partial influence of service quality and facilities on guest satisfaction with a regression result of 0.758 or 75.8%.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu Gardenia Café Shop di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Kuantitatif, dengan teknik hasil Analisis Regresi Linear Berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu hotel, dengan sampel sebanyak 30 orang tamu di Sintesa Peninsula Manado. Pengumpulan data diambil dengan membagikan Kuesioner dengan menggunakan skala likert, dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian didapatkan hasil variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dengan thitung 1,210 > ttabel 2,052, variabel fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dengan thitung 4,749 > ttabel 2,052, variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan tamu dengan Fhitung 42,386. Hasil pengujian selanjutnya berdasarkan Koefisien

PENDAHULUAN

Industri pariwisata belakangan ini terus berkembang khususnya di daerah yang memiliki potensi alam sebagai sumber kepariwisataan seperti di kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Perkembangan industri pariwisata ini juga memicu tumbuhnya industri perhotelan yang kini berperan dalam menyediakan sarana pelengkap bagi wisatawan asing maupun domestik. Perhotelan berfungsi untuk sarana akomodasi, merupakan sesuatu yang sangat penting bagi para pelancong. Perhotelan merupakan tempat dimana tersedia beberapa fasilitas seperti menyediakan penginapan, menyediakan makan dan minum untuk tamu, serta fasilitas-fasilitas lainnya sebagai pelengkap dan penunjang demi kepuasan tamu.

Pariwisata serta perhotelan memiliki keterkaitan yang sangat kuat dalam kepariwisataan, khususnya di Indonesia. Seiring dengan perkembangan industri perhotelan saat ini, jika pada awalnya hotel hanya menyediakan kamar ataupun penginapan, maka saat ini sudah terdapat beragam layanan baru yang disediakan dimana hotel menggabungkan antara produk dan layanan dalam industri jasanya.

Kota Manado merupakan salah satu kota wisata yang selalu diramaikan oleh kedatangan wisatawan baik dalam rangka mengisi liburan ataupun perjalanan bisnis. Oleh karena itu, kota ini tersedia banyak fasilitas penginapan atau akomodasi. Banyaknya hotel di manado, mendorong iklim persaingan di antara para pelaku usaha perhotelan dalam menarik wisatawan baik asing maupun domestik. Memprioritaskan kepuasan tamu adalah salah satu upaya yang dilakukan banyak hotel dalam menarik wisatawan yang salah satunya adalah dengan menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas hotel. Begitu pentingnya menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas hotel demi mencapai kepuasan tamu. Kepuasan tamu sudah menjadi pusat tujuan dalam teori dan pelaksanaan pemasaran khususnya disini pemasaran hotel

dalam menarik tamu, dan juga merupakan tujuan hal yang sangat diperhatikan dalam berbagai aktifitas bisnis seperti perhotelan.

Kepuasan Tamu merupakan hal yang harus diperhatikan bagi setiap bisnis perhotelan dalam menjalankan bisnisnya agar tamu tidak merasa dibohongi dan percaya pada pelayanan hotel tersebut. Oleh karena itu, setiap hotel akan memfokuskan kinerja mereka untuk menentukan bagaimana dan hal apa yang harus digunakan serta dilakukan agar dapat memenuhi permintaan tamu demi kepuasan tamu.

Hotel merupakan sebuah jenis usaha komersial yang menerapkan pelayanan fasilitas, penginapan, makan dan minum, serta pelayanan-pelayanan lainnya. Untuk mampu bertahan dalam persaingan yang ketat, maka pihak hotel harus mampu mengelolah hotel secara profesional, melakukan terobosan-terobosan yang berbeda dari hotel lainnya agar mampu memperoleh tamu sebanyak-banyaknya.

Sintesa Peninsulan Hotel Manado adalah salah satu hotel berbintang 5 dari banyaknya hotel yang ada di kota manado. Yang memiliki fasilitas 150 kamar, 5 *meeting room/ballroom*, *swimming pool*, *fitness centre*, *fiji spa*, *restoran*, *room service*, *bar*, serta fasilitas penunjang lainnya. Peluang masuknya wisatawan asing yang bertujuan untuk berbisnis maupun menanamkan modal di Kota Manado. Fasilitas adalah segala macam fasilitas-fasilitas berwujud fisik yang dimiliki oleh hotel dalam upaya memuaskan tamu dengan cara memenuhi segala keinginan mereka demi mempermudah segala aktifitas-aktifitas ataupun kegiatan mereka selama berada di hotel.

Dalam pengoperasian, hotel ini memiliki beberapa departemen sesuai amanat ketentuan dan standardisasi hotel berbintang. Sintesa Peninsula Hotel mempunyai departemen-departemen yang tidak jauh berbeda dengan hotel-hotel berbintang lainnya. Departemen yang bergerak dibidang jasa di Hotel Sintesa

Peninsula diantaranya adalah *Departement Food & Beverage*.

Tujuan utama *Food & Beverage Departement* adalah untuk menjual makanan dan minuman serta memenuhi setiap permintaan tamu dengan sopan dan mengikuti setiap arahan yang sudah diberikan serta memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada tamu yang datang berkunjung. Untuk itu orang-orang yang bergerak dibidang *food & beverage departement* juga diharuskan memiliki kemampuan pelayanan yang baik agar tamu yang datang bisa merasa puas sehingga membuat mereka berkeinginan untuk datang berkunjung kembali.

Departement food and beverage mengharuskan karyawan berpenampilan ramah, bersih, sopan dan santun. Serta memiliki keterampilan komunikasi dalam bahasa yang fasih, senang berinteraksi dengan orang lain, cekatan, dan terampil memiliki jiwa usaha dan inovasi yang tinggi dalam menghadirkan sebuah pelayanan yang baik kepada para tamu.

Perkembangan restoran di *Departemen Food & Beverage* menjadi wujud pemenuhan tuntutan tamu yang semakin beragam, salah satunya yang ada di *Gardenia Cafe Shop*. Kesuksesan dalam usaha pengembangan *cafe shop* ini terletak pada cara pelayanan, penyajian dan kepedulian terhadap keinginan yang mampu diberikan kepada tamu, disamping kualitas dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan.

Namun, dengan kurangnya kualitas pelayanan dalam pengelolaan makanan dan minuman *gardenia cafe shop* membuat pelayanannya kurang optimal, kurangnya keanekaragaman menu dan kurangnya kepedulian terhadap keinginan tamu serta kurangnya fasilitas pendukung, kurangnya kerjasama antar sesama karyawan. Untuk itu dalam meningkatkan pelayanan makan dan minum, kita harus lebih memperhatikan cara pengelolaan makanan dan minuman *café shop* yang sudah ditata dalam menu agar tamu dapat memilih menu yang bervariasi sesuai dengan keinginan/selera dan dapat memenuhi kebutuhan mereka, juga ditunjang dengan fasilitas-fasilitas yang memadai. Untuk itu, bagian *food & beverage departemen* dalam melakukan

pelayanan makanan dan minuman terlebih khusus pada *gardenia cafe shop* agar ingin meningkatkan kualitas pelayanan dapat tercapai, maka harus benar-benar dalam menerapkannya dengan baik, yaitu cara pelayanan, penyajian, fasilitas serta keanekaragaman menu dari hidangan yang akan disajikan kepada tamu, karena dari cara pelayanan, penyajian, fasilitas dan keanekaragaman menu hidangan tersebut merupakan daya tarik tersendiri bagi tamu hotel agar tamu dapat memilih dengan baik dan menarik itu dapat meningkatkan kepuasan tamu yang datang dalam pelayanan yang diberikan.

Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu kegiatan perjalanan yang dilakukan berulang kali dari satu tempat ketempat lain dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara yang dilakukan baik secara dilakukan secara perorangan, berkelompok, ataupun usaha. Dimana setiap orang yang melakukan perjalanan memiliki kepentingan tersendiri untuk keseimbangan mental, misalnya mengurangi stress, menghibur diri dan *refreshing*.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Secara etimologi pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari yang memiliki arti banyak, bekaliling atau berkali-kali sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Pengertian pariwisata menurut (*World Tourism Organization, 2013*) adalah berbagai aktivitas yang dilakukan oleh orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk tinggal diluar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih satu tahun berturut-turut untuk kesenangan bisnis, dan keperluan lain. Menurut World tourism Organization adalah wisata heritage adalah berlibur sebagai kegiatan untuk menikmati sejarah, kesenian, filosofi, peninggalan budaya manusia dan masih banyak lainnya. Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana,

yang dilakukan secara secara individu maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata. Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Menurut Suwarto (2017) pada hakikatnya pariwisata adalah proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tau, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Berdasarkan pengertian-pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa pengertian pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dengan tujuan mendapatkan hiburan.

Hotel

Hotel adalah suatu bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam dihotel ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu. Hotel merupakan usaha yang mencari laba sebagai hasil akhir aktivitas bisnisnya. Sulastiyono (2011) hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan layanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Menurut Sugiyono (2014), hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersil dan profesional, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan, penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya.

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Berdasarkan pengertian-pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa pengertian hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara profesional dan didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan.

Restoran

Restoran adalah salah satu outlet Food and Beverage Departement terbesar yang ada dihotel. Restoran adalah suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersil. Restoran adalah tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial. Dengan segala fasilitasnya yang disesuaikan dengan permintaan pelanggan atau konsumen semua dilakukan hanya untuk mendapatkan keuntungan bagi pemiliknya. Menurut Marsum (2016) Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan dan maupun minuman. Tujuan operasional restoran adalah untuk mencari keuntungan dan membuat puas para konsumennya. Restoran terbagi kedalam tujuh kategori, yaitu:

1. *A La Carte Restaurant*, restoran yang telah mendapat ijin penuh untuk menjual makanan lengkap dengan banyak variasi. Dimana konsumen bebas memilih sendiri makanan yang mereka kehendaki. Tiap-tiap makanan yang tersedia di restoran jenis ini memiliki harga tersendiri.
2. *Table D'hote Restaurant*, restoran khusus menjual menu yang lengkap (dari Hidangan pembuka sampai hidangan penutup), dan tertentu dengan harga yang telah ditentukan.

3. *Cafetaria atay Cafe*, restoran kecil yang mengutamakan penjualan kue, roti, kopi dan teh. Pilihan makanan terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol.
4. *Inn Tavern*, restoran dengan harga yang relatif cukup terjangkau dan dikelolah oleh perorangan di tepi kota. Suasana dibuat dekat dan ramah dengan konsumennya serta menyediakan hidangan yang lezat.
5. *Snack Bar atau Milk Bar*, restoran dengan tempat yang tidak terlalu luas yang sifatnya tidak resmi dengan pelayanan yang tepat, dimana konsumen mengumpulkan makanan mereka diatas baki yang diambil dari atas counter(meja panjang yang membatasi dua ruangan) kemudian membawanya sendiri kemeja makan. Konsumen bebas memilih makanan yang disukai, disini lebih dikenal dengan nama restoran cepat saji (*fast food*). Makanan yang tersedia umumnya hamburger, roti isi, kentang goreng, ayam goreng, nasi, dan mie.
6. *Specialy Restaurant*, restoran yang suasana dengan dekorasi seluruhnya diseduaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan atau temanya. Restoran-restoran semacam ini menyediakan makanan Eropa, China, Jepang, India dan sebagainya. Pelayanan sedikit banyak berdasarkan tata cara negara asal makanannya.
7. *Family Type Restaurant*, restoran sederhana yang menghidangkan makanan dan minuman dengan harga yang relatif murah dan terjangkau. Terutama disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan

Berdasarkan pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa restoran merupakan salah satu outlet terbesar yang ada di hotel dengan setiap fasilitas yang disesuaikan hanya untuk pelanggan serta menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan

mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu cara untuk mencapai kepuasan tamu yang ditandai dengan minat pembelian ulang yang ditunjukkan dengan adanya repeater guest. Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai perbandingan antara kenyataan pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan yang ingin diterima. Sedangkan Tjiptono F, (2007) dilihat dari prosesnya, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyediaan penyampaian yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan terletak pada seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan Pelanggan. Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik.

Tjiptono dan Chandra (2016) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan

apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan /pengunjung. Faktor utama yang mempengaruhi Kualitas Jasa menurut Tjiptono & Candra (2016):

1. Jasa yang diharapkan (*Excepted Service*)
2. Jasa yang dirasakan/dipersepsi (*Perceived Service*)

Gap (Kesenjangan) Kualitas

Tjiptono dan Chandra (2016) mengidentifikasi 5 Gap kesenjangan kualitas pelayanan Jasa yang diperlukan dalam pelayanan jasa, kelima gap tersebut adalah:

1. Kesenjangan antara Harapan Pelanggan dan Persepsi Manajemen (*Knowledge Gap*)
2. Kesenjangan antara Persepsi Manajemen terhadap Harapan Pelanggan dan Spesifikasi Kualitas Jasa (*Standard Gap*)
3. Kesenjangan Spesifikasi kualitas Jasa dan penyampaian Jasa (*Delivery Gap*)
4. Kesenjangan antara Penyampaian Jasa dan Komunikasi Eksternal (*Communication Gap*)
5. Kesenjangan antara Jasa yang dipersepsi dan Jasa yang di Harapkan (*Service Gap*)

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2016) mengatakan ada lima dimensi utama didalam indikator-indiator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 2910):

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. 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.

3. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan karyawan dalam menangani kebutuhan konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
4. 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.
5. 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.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas peneliti menyimpulkan kualitas pelayanan adalah suatu tindakan dari penyedia jasa

mengenai bagaimana dia memberikan layanan yang prima terhadap pelanggannya, ini semua bertujuan untuk membuat pelanggannya puas dan balik lagi untuk mengkonsumsi jasa tersebut.

Fasilitas

Fasilitas adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan pelanggannya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi dari jasa. Sebelum melakukan pembelian suatu barang atau jasa konsumen akan dihadapkan pada suatu masalah pokok yaitu mengenai barang atau jasa apa yang akan dibeli dimana melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan. Sulastiyono (2011) mendefinisikan fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel. Tjiptono (2016) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, sedangkan Nirwana (2004) fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaiannya. Soemitro & Suprayitno, (2018) Fasilitas merupakan suatu bagian dari kebutuhan pokok manusia yang menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Hal itu dikarenakan fasilitas merupakan komponen utama bagi kehidupan, sehingga fasilitas harus dapat dikelola secara baik, secara ekonomis, efisien, dan efektif. Fasilitas merupakan suatu penyedia

berbagai perlengkapan yang berbentuk fisik memberikan kemudahan kepada para konsumen yang menggunakan jasa hotel, melaksanakan berbagai aktivitas atau kegiatan kehinggan kebutuhan konsumen selama menginap dapat terpenuhi (Srijani & Hidayat, 2017).

Jenis-Jenis Fasilitas Hotel

Operasional jasa perhotelan, terdapat enam fasilitas yang harus dimiliki oleh hotel agar membuat pelanggan/tamu senang dan nyaman yaitu sebagai berikut (Alma, 2018):

1. Khususnya pada bidang perhotelan: Fasilitas penyedia/penyewa kamar, fasilitas penyediaan ruangan rapat atau pertemuan.
2. Menyangkut urusan pada keuangan: Menyediakan penukaran mata uang asing, brankas untuk keamanan harta pelanggan.
3. Urusan pada makanan: Menyediakan kafetaria, restoran, dan bar.
4. Aspek hiburan: *Band*, nyanyi dan tari.
5. Aspek olahraga: *Swimming pool*, *fitness*.
6. Aspek komunikasi untuk bisnis: Telepon, fax, foto copy.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas

Faktor-faktor dalam mempengaruhi fasilitas yakni (Tjoptono, 2019):

1. Sifat dan maksud organisasi, sifat pada suatu jasa kerap terjadi saat menentukan berbagai persyaratan desainnya.
2. Ketersediaan sebuah tanah, setiap perusahaan jasa menginginkan tanah dalam membuat lokasi fasilitasnya sangat dibutuhkan untuk melihat keadaan finansialnya, aturan perintah yang berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.
3. Fleksibilitas, fleksibel dalam mendesain sangat diperlukan apabila jumlah permintaan sering berganti-ganti dan dapat spesifik jasa itu cepat berkembang.

4. Faktor estetis, suatu fasilitas jasa yang tertata baik dan rapi, tentunya akan menarik perhatian para pelanggan.
5. Masyarakat dan lingkungan sekitar, mulai dari lingkungan hidup dan lingkungan disekitarnya.
6. Biaya kontruksi dan operasi, jenis dari biaya ini sangat berperan pada suatu desain fasilitas yang akan dibangun.

Indikator Fasilitas

Terdapat enam indikator tata letak fasilitas berdasarkan Mudie dan Cottam dalam buku (Tjiptono, 2019) yaitu:

1. Pertimbangan/Perencanaan
Spasial Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai orang atau yang melihatnya
2. Perencanaan ruangan
Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.
3. Perlengkapan / Perabotan
Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.
4. Tata cahaya
Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan.
5. Warna
Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

Peneliti menyimpulkan fasilitas merupakan sesuatu benda yang dapat membantu pelanggan, pegawai kerja menjadi lebih mudah dalam mengerjakan aktivitas-aktivitasnya, serta fasilitas berperan dalam menentukan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, jika fasilitas kita baik maka pelayanan yang kita berikan dapat terlaksana dengan baik juga kemudian menimbulkan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu adalah suatu penilaian emosional dari pelanggan setelah pelanggan menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan pelanggan yang menggunakannya terpenuhi. Kata dari (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin yaitu “*satis*” (berarti cukup baik dan memadai) kemudian kata “*facio*” (berarti melakukan dan membuat).

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang disarankan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kotler (2016) Kepuasan Konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Kotler & Keller, (2012) Kepuasan Tamu adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Kotler & Keller (2016: 153) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau

hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja atau pengalaman tidak sesuai harapan, maka pelanggan tidak akan merasa puas. Dan jika kenyataan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Kotler dan Amstrong (2011), Kepuasan Tamu adalah tingkat dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli". Umar, (2005) Kepuasan Tamu adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang telah diterimanya dengan harapannya. Mowen & Minor, (2002) Kepuasan Tamu sikap konsumen secara keseluruhan terhadap barang atau jasa setelah memperoleh dan menggunakannya. Tjiptono (2016) "mengungkapkan bahwa Kepuasan Tamu adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepadan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan."

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu

Terdapat tujuh faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu (Tjiptono, 2019: 383-386):

1. Barang dan jasa yang berkualitas, perusahaan yang mau menerapkan program kepuasan pelanggan wajib mempunyai produk yang berkualitas dan layanan yang baik.
2. *Relationship marketing*, usahakan menjalin hubungan yang berjangka panjang dengan para konsumen.
3. Program promosi loyalitas, banyak dari perusahaan yang menerapkan guna mengikat hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan, terkadang program ini akan memberikan sesuatu "rewards."
4. Fokus terhadap pelanggan terbaik (*best customers*), ini mengacu pada 20% dari pelanggan yang secara sering mengkonsumsi, kemudian 80% dari penjualan.
5. Sistem penanganan komplain secara efektif, penanganan komplain berhubungan erat pada kualitas produk,

perusahaan harus terlebih dahulu memastikan semuanya aman sebagaimana fungsinya.

6. *Unconditional guarantees*, ialah sebuah janji yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan tentang produk dan jasanya yang

Indikator Kepuasan Pelanggan

Terdapat indikator-indikator dari kepuasan pelanggan ialah sebagai berikut (Dharma, 2017: 351):

1. Harapan
2. Keyakinan
3. Promosi kepada orang lain
4. Kepuasan
5. Tidak memiliki keluhan

Berdasarkan pengertian di atas peneliti menyimpulkan bahwa Kepuasan Tamu adalah sebuah harapan atau ekspektasi pelanggan mengenai barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan, dengan ekspektasi dan harapan yang tinggi pada suatu barang atau jasa tersebut, agar dapat membuat perasaan pelanggan puas dan senang kemudian pelanggan ingin mengkonsumsi jasa itu kembali.

Hasil Analisis Data

Dari hasil penyebaran data kuesioner kepada responden yaitu berjumlah 30 orang responden, maka diperoleh perhitungan dari pernyataan Kualitas Pelayanan (Variabel X₁), Fasilitas (Variabel X₂), dan Kepuasan Tamu (Variabel Y) di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan oleh penelitian ini, perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas yang dilakukan sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Berikut ini dapat dilihat pada tabel 4.38, tabel 4.39, dan tabel 4.40 hasil uji validitas variabel X₁ (kualitas pelayanan) X₂ (fasilitas) dan variabel Y (kepuasan tamu).

Tabel 4.37 Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	38,10	23,403	,729	,940
x2	37,87	22,602	,777	,937
x3	38,03	22,930	,861	,934
x4	38,03	22,930	,861	,934
x5	38,07	23,513	,688	,941
x6	38,13	23,292	,776	,938
x7	38,10	23,541	,703	,941
x8	38,17	21,937	,670	,946
x9	38,20	22,786	,849	,934
x10	38,00	21,931	,860	,933

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Dari table 4.37 menunjukkan bahwa setiap item pada variabel X1 (kualitas pelayanan) valid dikarenakan nilai r hitung pada table diatas \geq nilai r tabel. Dimana nilai r tabel =0,349 (30 responden)

Tabel 4.38 Uji Validitas Variabel X2 (Fasilitas)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	45,67	40,092	,613	,957
x2.2	45,57	40,806	,586	,958
x2.3	45,77	38,875	,772	,953
x2.4	45,57	38,806	,852	,950
x2.5	45,73	37,306	,876	,949
x2.6	45,63	38,378	,804	,952
x2.7	45,50	38,397	,876	,950
x2.8	45,70	38,562	,825	,951
x2.9	45,87	38,533	,780	,952
x2.10	45,80	38,717	,903	,949
x2.11	45,87	39,016	,783	,952
x2.12	45,50	38,259	,765	,953

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Dari tabel 4.38 menunjukkan bahwa setiap item pada variabel X2 (fasilitas) valid dikarenakan nilai r hitung pada tabel di atas $>$ nilai r tabel. Dimana nilai r tabel =0,349 (30 responden)

Tabel 4.39 Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Tamu)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	37,27	28,133	,814	,953
y2	37,33	28,161	,854	,952
y3	37,43	27,495	,871	,950
y4	37,63	26,033	,732	,959
y5	37,47	27,775	,777	,954
y6	37,60	26,386	,848	,951
y7	37,30	27,459	,860	,951
y8	37,43	27,495	,794	,953
y9	37,33	27,609	,856	,951
y10	37,30	27,183	,828	,952

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Dari tabel 4.39 menunjukkan bahwa setiap item pada variabel Y (fasilitas) valid dikarenakan nilai r hitung pada tabel diatas $>$ r tabel. Dimana nilai r tabel =0,349 (30 responden)

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran dimana pengujinya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis sejauh mana hasil penelitian setiap instrumen yang digunakan tetap konsisten. Nunnally (1994) dalam Ghazali (2011: 48) berpendapat bahwa bila variabel yang diukur memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,70 maka instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Hasil Uji Reliabilitas instrumen disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.40 Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,956	12

Sumber: Hasil Olah data SPSS, (2022)

Tabel 4.40 menunjukkan angka Cronbach's Alpha variable X1 0,944 $>$ 0,70 yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan

adalah reliabel. Sehingga instrument ini dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.41 Uji Reliabilitas Variabel X2 (Fasilitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	,944

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Tabel 4.41 menunjukkan angka Cronbach's Alpha variable X2 $0,956 > 0,50$ yang menunjukkan bahwa instrument yang digunakan adalah reliabel. Sehingga instrument ini dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.42 Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Tamu)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	,957

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Tabel 4.42 menunjukkan angka Cronbach's Alpha variable Y $0,957 > 0,50$ yang menunjukkan bahwa instrument yang digunakan adalah reliabel. Sehingga instrument ini dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.43 berikut:

Tabel 4.43 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	2,85037285
Most Extreme Differences	Absolute	,175
	Positive	,141
	Negative	-,175
Test Statistic		,175
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,019 ^c

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

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Berdasarkan Tabel 4.43 Hasil Uji Normalitas dapat diketahui nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,175 dengan signifikansi sebesar 0,19. Nilai sig = $0,72 > \alpha = 0,05$ hal ini mengindikasikan bahwa model Persamaan Regresi tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Pendekatan prblrm Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cutoff yang digunakan adalah nilai *tolerance* atau sama dengan nilai VIF apabila hasil analisi menunukkan nilai *tolerance* diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10, maka terjadi miltikolinearitas antar variabel didalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.44 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics Tolerance VIF	
	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.			
1 (Constant)	2,397	4,518		,530	,600			
Kualitas	,201	,166	,183	1,210	,237	,389	2,568	
Pelayanan								
Fasilitas	,616	,130	,720	4,749	,000	,389	2,568	

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Dari hasil uji Multikolinearitas pada tabel 4.44 di atas dapat diketahui:

- Nilai *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan (X1) yakni 1,210 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel X1 yakni 2,568 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
- Nilai *tolerance* variabel Fasilitas (X2) yakni 4,749 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel X2 yakni 2,568 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Variance gangguan sama (Homokedastisitas) atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018)

Model uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *Korelasi Spearman's* yaitu mengkorelasi Variabel Independent dengan nilai *unstandardized residual*. Berikut ini adalah tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas:

Tabel 4.45 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Correlations		
		X1	X2	Unstandardized Residual
Kman's X1	Correlation Coefficient	1,000	,701 [*]	,032
	Sig. (2-tailed)		,000	,867
	N	30	30	30
X2	Correlation Coefficient	,701 ^{**}	1,000	,169
	Sig. (2-tailed)	,000		,373
	N	30	30	30
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,032	,169	1,000
	Sig. (2-tailed)	,867	,373	
	N	30	30	30

**relation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,867 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam Model Regresi

ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai Signifikansi dari Variabel Fasilitas (X2) adalah 0,373 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam Model Regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini, pengujian Hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Analisi regresi linear berganda untuk menguji hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil Regresi Linear Berganda dapat dilihat pada Tabel 4.46:

Tabel 4.46 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	2,397	4,518	,530	,600
	Kualitas	,201	,166	,183	1,210
	Pelayanan				,237
	Fasilitas	,616	,130	,720	4,749
					,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Dengan melihat tabel 4.46 di atas, dapat disusun persamaan analisis linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \epsilon$$

$$Y = 2,397 + 0,201 X_1 + 0,161 X_2$$

- Konstanta sebesar (2,397) menyatakan bahwa jika satuan Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dalam keadaan tetap (konstan) maka Variabel Kepuasan Tamu yang diperoleh akan meningkat sebesar 2,397.
- Koefisien regresi Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,183 menyatakan bahwa setiap penambahan satuan Variabel Kepuasan Tamu sebesar 0,183. Sebaliknya, jika terjadi penurunan satuan Variabel Kualitas Pelayanan maka Variabel Kepuasan Tamu menurun sebesar 0,183.

- c. Koefisien regresi Variabel Fasilitas sebesar 0,720 menyatakan bahwa setiap penambahan satuan Variabel Fasilitas, maka akan meningkatkan Variabel Fasilitas sebesar 0,720. Sebaliknya, jika terjadi penurunan satuan Variabel Fasilitas maka Variabel Fasilitas akan menurun sebesar 0,720.

Menilai Ketetapan Model (*Goodness of Fit Test*) Uji Koefisien Determinasi (*adjusted R*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kemampuan model regresi untuk menjelaskan variasi hubungan antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Tamu (Y) secara bersamaan yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.47 berikut:

Tabel 4.47 Hasil Analisi Koefisien Determinasi

Model	Model Summary		
	R	R Square	Adjusted R Square
1	,871 ^a	,758	,741
			2,95406

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

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Berdasarkan tabel 4.47, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,758. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 75,8% Variabel Kepuasan Tamu dapat dijelaskan oleh variasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas(X2), sedangkan sisanya sebesar 2,42% (100% - 75,8%) dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model ini adalah:

1. Kurangnya kualitas pelayanan dalam pengelolaan makanan dan minuman gardenia cafe shop
2. Kurangnya keanekaragaman menu
3. Kurangnya kedulian terhadap keinginan tamu
4. Kurangnya fasilitas pendukung
5. Kurangnya Kerjasama antar sesama karyawan

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Model Regresi Variabel Independen secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen, dimana jika nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel maka uji regresi dikatakan signifikansi atau dengan melihat angka signifikansinya. Jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.48 sebagai berikut:

Tabel 4.48 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
1	(Constant) 2,397	4,518		,530	,600
	Kualitas Pelayanan ,201	,166	,183	1,210	,237
	Fasilitas ,616	,130	,720	4,749	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

1. Hasil Uji T pada model regresi diperoleh nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 1,210 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,237 > 0,05$. Secara statistik menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y).
2. Hasil Uji T pada tabel regresi diperoleh nilai koefisien regresi Fasilitas sebesar 4,749, dengan signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Artinya terdapat pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Tamu (Y).

UJI Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Jika nilai probabilitas signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel 4.49 berikut ini:

Tabel 4.49 Hasil Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	739,753	2	369,876	42,386	,000 ^b
Residual	235,614	27	8,726		
Total	975,367	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

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

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, (2022)

Hasil output diatas (ANOVA), nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat diketahui bahwa $0,000 < 0,05$. Hasil uji statistic menunjukkan bahwa variabel independent Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) secara simultan atau Bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y).

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Hasil pengujian terlihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Tamu (Y). Lebih rinci hasil pengaruh ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu

Hasil uji t pada model regresi diperoleh nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 1,210 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,237 > 0,05$. Secara statistic menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y). Hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk membuat tamu merasa puas Ketika ingin berkunjung di gardenia café shop adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan tamu. Apabila tamu benar-benar merasa puas, tamu akan berkunjung kembali dengan membawa banyak orang serta merekomendasikan kepada mereka bahwa gardenia café shop memiliki pelayanan yang baik dalam melayani tamu. Maka dari itu

karyawan gardenia café shop harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada tamu melalui kualitas pelayanan. Dengan memberikan pelayanan dan kebutuhan tamu selama berkunjung di gardenia maka dapat meningkatkan tingkat kepercayaan tamu kepada pihak hotel untuk bekerjasama.

Ha1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu

Hasil Uji t pada model regresi diperoleh Nilai koefisien regresi Fasilitas (X2) sebesar 4,749, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Secara statistik menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y). Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Tamu akan menilai hal-hal yang telah mereka terima setelah tamu menerima jasa yang ditawarkan. Karena dalam usaha jasa, penilaian tamu terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah penggunaan jasa tersebut. Oleh karena itu Fasilitas sangat berperan dalam menentukan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu, jika fasilitas kita baik maka pelayanan yang kita berikan dapat terlaksana dengan baik juga dan akan menimbulkan kepuasan tamu.

Dalam hal ini Gardenia Café Shop Sintesa Peninsula Manado telah berupaya memberikan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan tamu selama berkunjung atau menginap. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan tamu maka tamu akan merasa puas. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha2: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu

Apabila pelayanan yang diberikan karyawan kepada tamu buruk maka akan

mempengaruhi kepercayaan tamu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan secara baik dengan ketulusan maka tamu akan merasa senang serta tamu akan merasa sangat di hargai. Karyawan harus selalu siap siaga ketika ada masalah atau kesulitan yang dialami tamu serta mampu memecahkan masalah atau kesulitan yang dialami tamu selama berkunjung di Gardenia Café Shop agar supaya timbul rasa kepercayaan yang tinggi dari tamu kepada pelayanan yang diberikan karyawan. Selain pelayanan, fasilitas merupakan hal penting yang harus diperhatikan ketika tamu ingin berkunjung sambil menikmati hidangan yang sudah disediakan. Dengan semakin terpenuhi kebutuhan tamu maka semakin sering tamu akan berkunjung di Gardenia Café Shop Sintesa Peninsula Manado.

Hasil *output* SPSS menunjukkan nilai F-hitung sebesar dengan 42,386 nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independent Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) secara simultan atau Bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y). Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha3: Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi linier berganda yang dilaksanakan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu Sintesa Peninsula Hotel Manado dapat dibuat kesimpulan bahwa kualitas Pelayanan dan Fasilitas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Tamu Gardenia Café Shop di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan dan semakin lengkap Fasilitas yang disediakan oleh Gardenia Café Shop, maka akan semakin meningkatkan Kepuasan Tamu. Terdapat pengaruh yang kuat antara Variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan Variabel X2 (Fasilitas) Terhadap Kepuasan

Tamu. Terlihat jelas dari Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan memperoleh nilai R-Square sebesar 0,758 atau 75,8%. Besarnya nilai yang didapatkan menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu.

Kualitas Pelayanan dan Fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Gardenia Café Shop. Penilaian tamu tidak akan pernah lepas dari tindakan karyawan yang memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan tamu, memiliki komunikasi yang baik dengan tamu, memberikan informasi yang jelas kepada tamu, serta melayani kebutuhan tamu dengan benar. Fasilitas adalah yang paling penting. Dengan adanya fasilitas yang memadai bisa membuat meningkatnya kepuasan tamu. Ada beberapa hal yang menjadi dasar pertimbangan tamu ketika ingin berkunjung di Gardenia Café Shop seperti, area cafe yang bersih, rapi, dan nyaman, letak lokasi menuju Gardenia mudah untuk dijangkau, fasilitas meja dan kursi yang baik, dan masih banyak lagi. Dari hal diatas diharapkan Sintesa Peninsula Hotel Manado harus bersaing dengan benar dan tetap mengutamakan kebutuhan tamu karna itu yang paling utama.

REFERENSI

- Aditiawan, R. T., & Kadamehang, G. (2023). *Interpretasi Bahasa dan Budaya dalam Masyarakat*. Gerry Kadamehang.
- Agus Sulastiyono. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: BanyumediaPublishing.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 114-126
- Brady, & Cronin. (2001). *Beberapa Pemikiran Baru Tentang Konseptualisasi Perceived Quality: Sebuah Pendekatan Hirarki*. Jurnal Pemasaran, 34-39.
- Chi, C. G., & Gursoy, D. (2009). *Kepuasan Karyawan, Kepuasan Pelanggan, dan*

- Kinerja Keuangan: Sebuah pemeriksaan empiris.* Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan, 245-253.
- Dominici, G., & Guzzo, R. (2010). *Kepuasan Pelanggan di industri perhotelan: studi kasus dari Sisilia.* Jurnal Internasional Studi Pemasaran, 7
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan, dan Penelitian).* Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS Cetakan VI.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik.* Yogyakarta: Gaya Media.
- Kotler dan Keller (2012). *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition, Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Keller, 2016. *Marketing Management.* 15e, Boston, Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran (edisi ke-14).* London: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Salemba Empat. Jakarta
- Liando, M. R., Luntungan, G. S., Kadamehang, G., Rotty, V. N. J., & Ansik, C. D. P. (2022). Educational Norms and Values in the Tradition of Dumia um Banua in North Minahasa. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 2873-2880.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori).* Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, A. (1988). Serqual: *Skala Beberapa Item Untuk Mengukur Persepsi Pelanggan tentang Kualitas Layanan.* Jurnal Ritel, 12-40.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market,* Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol 3, No.1. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* CV.Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B.* Bandung: Alfabeta.

Copyright holder:
(2024)

First publication right:
Jurnal Ilmu Pariwisata