



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL (STUDI  
KASUS PADA HOTEL NATAMA SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dalam  
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MUHAMMAD FADLY HARAHAHAP  
NIM. 14 402 00113**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL (STUDI  
KASUS PADA HOTEL NATAMA SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MUHAMMAD FADLY HARAHAHAP  
NIM. 14 402 00113**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag**  
NIP. 19731128 200112 002

**PEMBIMBING II**

**H. Ali Hardana, M.Si**  
NIDN. 2013018301

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Muhammad Fadly Harahap**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Februari 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

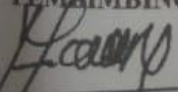
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Muhammad Fadly Harahap** yang berjudul "**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

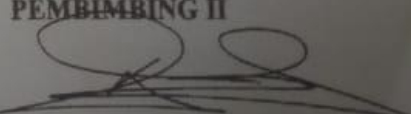
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

PEMBIMBING I

  
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 002

PEMBIMBING II

  
H. Ali Hardana, M.Si  
NIDN. 2013018301

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fadly Harahap  
NIM : 14 402 00113  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan).

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Desember 2020  
Saya yang Menyatakan,



Muhammad Fadly Harahap  
NIM : 14 402 00113

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fadly Harahap  
NIM : 14 402 0113  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exsclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL (STUDI KASUS PADA HOTEL NATAMA SYARIAH)** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : Desember 2020  
Yang menyatakan,



**Muhammad Fadly Harahap**  
NIM. 14 402 00113



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : MHD. Fadly Harahap  
NIM : 14 402 00113  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-2  
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan)

Ketua

Sekretaris

Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

Delima Sari Lubis, M.A  
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

Delima Sari Lubis, M.A  
NIP. 19840512 201403 2 002

Adanan Murroh, MA  
NIDN. 2104118301

Aliman Syahuri Zein, MEI  
NIDN. 2028048201

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Kamis/ 09 Februari 2021  
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/ 70,5 (B)  
Index Prestasi Kumulatif : 3,02  
Predikat : SANGAT MEMUASKAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI** : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan)

**NAMA** : Muhammad Fadly Harahap  
**NIM** : 14 402 00113

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 24 Februari 2021



*[Signature]*  
Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Fadly Harahap  
NIM : 1440200113  
Judul : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan)

Kurangnya Kepuasan konsumen Hotel Natama Syariah Padangsidempuan terhadap konsumen dapat dilihat dan segi pengalaman konsumen, harapan konsumen, kesediaan untuk merekomendasi, dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, pelayanan yang diberikan memuaskan Adapun rumusan masalahnya ialah diperlukannya perhatian besar dan para. pengelola hotel untuk kualitas pelayanan yang lebih baik. Adapun tujuan dan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran sehubungan dengan itu dilakukan pendekatan dengan teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Teori kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai harapan konsumen. Teori kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian apa yang diharapkan dengan membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan angket, dengan jumlah sampel 100 konsumen. Maka analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas dan uji regresi linear sederhana, untuk uji hipotesis adalah uji t dan uji koefisien determinasi  $R^2$ . Dengan menggunakan program SPSS Versi 23 diperoleh hasil pengukuran regresi linear sederhana dengan persamaan  $Y = 24,685 + 0,569$  menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,569 %. Hal ini dapat diartikan jika peningkatan terhadap kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Hasil penelitian secara parsial ( uji t ) menyatakan bahwa Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa  $t_{tabel}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 4,293 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan  $df = n - 2$  atau  $100 - 2 = 98$  diperoleh 1,984 ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,293 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi yang diperoleh  $0,000 < (0,05)$  maka  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dan hasil pengujian parsial koefisien kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Natama Padangsidempuan.

Kata kunci :Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.



## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti sanjung tinggikan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat kelak.

Untuk menyelesaikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi ini berjudul: **“Analisis Pengaruh Ekspor dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Periode Tahun 1985-2015”**

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun immaterial, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap, M.A, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, SH.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag , Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Arbanur Rasyid selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis M.A sebagai Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.A, sebagai dosen pembimbing I, dan Bapak H. Ali Hardana, M.Si sebagai dosen pembimbing II, peneliti ucapkan banyak terimakasih yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penelitian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta (Ayahanda dan Ibunda) yang telah membimbing dan selalu berdoa yang tiada henti-hentinya, serta berjuang demi kami anak-anaknya hingga bisa menjadi apa yang di harapkan. Terimakasih doa dari abang dan adik (Ahmad Ganti Sihombing, Hendra Gunawan Sihombing, dan Azman Yusuf Sihombing) yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral dan material demi kesuksesan peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

8. Sahabat-sahabat dan abang-abang saya Idris Soleh, Ihsan Pramana, M. Sofyan, Aidul, Adit, Andre Popo, Ihsan Pramana, Zulkifli Sormin, Fadli Kenzo, Erin Feizard, Zulkifli Sormin, Akbar Tanjung, dan sahabar serta abang yang tidak dapat di paparkan satu persatu yang telah memberikan dukungan serta bantuan, semangat dan doa kepada peneliti agar tidak berputus asa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya ES I IE. Terutama untuk sahabat-sahabat peneliti, Zulkifli Sormin, Sihar Iskandar, Ihsan Pramana, Ahmad Rusdan, Kholdani, Fuji Amanda, Bona Abingan Siregar, Togu Martua Daulay, Anugrah Amanda, Muhammad Syafi'i, Ahmad Fahrur Rozy, Edy Syaputra, Ilham Paslah dan Erin Feizard , yang telah memberikan dukungan serta bantuan, semangat dan doa kepada peneliti agar tak berputus asa dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih juga untuk persahabatan dan diskusinya selama ini serta pihak-pihak yang tidak dapat saya tulis satu persatu yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta teman-teman seperjuangan di Dewan Eksekutif Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, terutama kepada Zulkifli Sormin, Sihar Iskandar, Ihsan Pramana, Andika Martua, Rozy Matondang, Kholdani, Indra, Manden, Hanafi, Maya Indah Lestari, Patmawati Ritonga, Riadoh dan Rahmi, yang telah memberikan dukungan serta bantuan, semangat dan doa kepada peneliti agar tidak berputus asa dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk persahabatan dan diskusinya selama ini serta pihak-pihak yang tidak dapat saya tulis satu persatu yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih juga kepada kawan-kawan SATMA AMPI Kota Padangsidempuan Terutama kepada Zulkifli Sormin, Ihsan Pramana, Putra Indah, Handayani, Putri, Fitri, Ali Maulana, Nanda, Sofyan, Aidul, Akbar,

Mand, Dimas, Indah, Dedi, Rizki, Liston, Wuri, Muharmita, Sakinah, Fahmi, dan teman- lainnya yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, yang telah memerikan doa dan dukungannya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti serta kemampuan peneliti yang jauh dari cukup. Untuk itu, peneliti dengan segala kerendahan hati kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.Amin.

Padangsidempuan,      Februari 2021

Peneliti,

**Muhammad Padly Harahap**  
**NIM. 14 402 00113**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### c. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	<i>fathah dan alif atau ya</i>	$\bar{a}$	a dan garis atas
	<i>Kasrah dan ya</i>	$\bar{i}$	i dan garis di bawah
	<i>dommah dan wau</i>	$\bar{u}$	u dan garis di atas

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.

#### b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. *Syaddah (Tsaydid)*

*Syaddah* atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### 5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang diikuti oleh huruf *qamariah*.

#### a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## 6. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## 8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang



ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

### **9. *Tajwid***

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Defenisi Operasional Variabel .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Kegunaan Penelitian .....	8
H. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	11
a. Kualitas Pelayanan .....	11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	11
2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	17
3. Konsep Kualitas Pelayanan .....	18
4. Unsur Kualitas Layanan .....	22
5. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam .....	25
b. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	26
1. Kepuasan Konsumen .....	26
2. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	28
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	30
4. Kepuasan Konsumen Perspektif Islam .....	31
5. Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam .....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	34
C. Kerangka Berfikir .....	37
D. Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
B. Jenis Penelitian .....	40
C. Populasi dan Sampel.....	40

a. Populasi .....	40
b. Sampel .....	41
D. Sumber Data .....	42
a. Data Primer .....	42
b. Data Sekunder .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
a. Wawancara .....	43
b. Angket .....	44
c. Dokumentasi .....	45
d. Instrumen Pengumpulan Data .....	45
F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrument .....	46
a. Uji Validitas .....	46
b. Uji Reliabilitas .....	46
G. Analisis Data .....	47
a. <i>Statistic Deskriptif</i> .....	47
b. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	48
c. Uji Hipotesis/Uji Parsial (Uji t) .....	48
d. Koefisien Determinasi Adjusted ( $R^2$ ) .....	49

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Hotel Natama Padangsidimpuan .....	51
1. Sejarah Singkat .....	51
2. Aktivitas Hotel Natama .....	52
3. Struktur Organisasi .....	53
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
3. Karakteristik Reponden Berdasarkan Tujuan .....	59
C. Hasil Analisis Data .....	59
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reabilitas .....	61
D. Teknik Analisis Data .....	63
E. Pengujian Hipotesis .....	64
1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
2. Uji Parsial (Uji t) .....	65
F. Keterbatasan Penelitian .....	68

#### **BAB V PENUTUP**

A. kesimpulan .....	70
B. Saran .....	70

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Buruknya kualitas jasa (pelayanan) dan manajemen jasa yang diberikan perusahaan atau institusi publik kepada para konsumen, sudah sejak lama disadari mengakibatkan banyak kerugian bagi perusahaan. Jasa yang diberikan kepada konsumen juga sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Konsumen pada masa sekarang sudah mulai selektif untuk mencari tempat penginapan yang bagus, dan baik secara pelayanannya. Itu berarti perusahaan bukannya melakukan marketing tetapi justru melakukan demarketing. Efek berikutnya akan terjadi pemberitaan yang negatif dalam jangka panjang. Dan sekali lagi itu adalah kerugian yang harus dialami oleh perusahaan.

Para pengelola tempat perhotelan bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumennya masing-masing. Untuk itu para pengelola perhotelan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan menerapkan sistem manajemen tertentu. Kualitas pelayanan yang kurang baik maka akan memberikan efek tidak nyaman bagi konsumen yang datang. Dengan kondisi persaingan yang ketat itu, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perhotelan adalah kepuasan konsumen, agar dapat bertahan dan bersaing. Pengelola harus tahu hal apa saja yang dianggap penting oleh pengelola usaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

Menurut Kotler dan Susanto, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan

harapannya.<sup>1</sup> Sedangkan Lupiyoadi menyebutkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfrmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>2</sup> Kesimpulannya kepuasan pelanggan adalah hal yang terpenting dalam suatu pelayanan jasa. Kepuasan pelanggan akan menentukan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak pelayanan jasa.

Philip Kotler mengatakan jasa adalah setiap tindakan atau perilaku kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun<sup>3</sup>. Maksudnya, jasa merupakan aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Saputra mengatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan diukur dengan lima indikator pelayanan (keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan bukti fisik)<sup>4</sup>.

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang diharapkan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan,

---

<sup>1</sup> Kotler, Philip dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 52.

<sup>2</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* ( Teori dan Praktek. Jakarta: PT. Salemba Empat, 2004), hlm. 349

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT. Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm.177

<sup>4</sup>Alfin Saputra, *Analisis Tingkat Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru* (Jom Fekon Vol. 2 Nomor 1 , Februari 2015), hlm. 5

maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Maksudnya, kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Konsumen layanan jasa dalam memilih tempat penginapan memiliki kriteria sendiri-sendiri.

Hal yang diuraikan di atas berlaku juga bagi usaha hotel. Hotel merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika jauh dari rumah, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan. Walaupun gedung hotel dan fasilitasnya sangat menunjang, akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Dari uraian di atas dapat dilihat betapa pentingnya arti layanan bagi sebuah perusahaan jasa hotel.

Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sebagai salah satu hotel ternama yang ada di kota Padangsidempuan, tidak lagi sebagai institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh tamu selama ia tinggal di hotel. Dalam menjalankan bisnisnya, pihak hotel Natama Syariah Padangsidempuan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan

dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Pengunjung Hotel Natama Syariah Padangsidempuan**  
**Bulan Desember 2018**

<b>No</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>
1	Sabtu, 01-12-2018	3	5
2	Senin, 02-12-2018	5	5
3	Selasa, 03-12-2018	7	6
4	Rabu, 04-12-2018	4	4
5	Kamis, 05-12-2018	6	5
6	Jum'at, 06-12-2018	6	5
7	Sabtu, 07-12-2018	5	7
8	Senin, 08-12-2018	6	5
9	Selasa, 09-12-2018	6	4
10	Rabu, 10-12-2018	6	3
11	Kamis, 11-12-2018	5	3
12	Jum'at, 12-12-2018	6	5
13	Sabtu, 13-12-2018	7	7
14	Senin, 14-12-2018	3	4
15	Selasa, 15-12-2018	3	6
16	Rabu, 16-12-2018	4	6
17	Kamis, 17-12-2018	4	5
18	Jum'at, 18-12-2018	5	6
19	Sabtu, 19-12-2018	5	6
20	Senin, 20-12-2018	5	5
21	Selasa, 21-12-2018	7	6
22	Rabu, 22-12-2018	7	6
23	Kamis, 23-12-2018	6	3
24	Jum'at, 24-12-2018	5	3
25	Sabtu, 25-12-2018	5	4
26	Senin, 26-12-2018	6	4
27	Selasa, 27-12-2018	7	5
28	Rabu, 28-12-2018	8	5
29	Kamis, 29-12-2018	5	5
30	Jum'at, 30-12-2018	4	7
		161	150
<b>TOTAL</b>		<b>311</b>	

Sumber : Hotel Natama Syariah Padangsidempuan, data diolah

**Tahun 2019**

Berdasarkan tabel di atas bahwasanya pengunjung hotel Natama Syariah Padangsidimpun dari hari ke hari meningkat/menurun. Menurut Pak Toni Silitonga sebagai pelanggan di Hotel Natama Syariah mengatakan bahwa kualitas tempat parkir di Hotel Natama Syariah tidak bisa menampung sebagian kendaraan.<sup>5</sup> Hal ini juga sama disampaikan oleh Pak Dian Hidayat yang juga sebagai pelanggan Hotel Natama Syariah. Ia berpendapat bahwa hotel Natama Syariah Padangsidimpun memiliki fasilitas jasa laundry yang kurang efektif.<sup>6</sup> Sedangkan Ibu Syahrina Hutabarat mengatakan bahwa pelayanan di hotel Natama Syariah memiliki jaringan wifi yang lambat dan ini sering dirasakan oleh pelanggan hotel lainnya di Hotel Natama Syariah Padangsidimpun.<sup>7</sup>

Hal ini didukung juga oleh penelitian terdahulu, Ahmad Khusaini yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta yang mengatakan bahwa bukti fisik langsung dalam kualitas layanan merupakan bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

Berawal dari latar belakang masalah di atas, penulis mencoba menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Natama Syariah Padangsidimpun dengan judul : **“ANALISIS TINGKAT**

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Bapak Toni Silitonga, Rabu, 10 Juli 2019, Pukul: 13.40 WIB.

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Dian Hidayat, Rabu, 10 Juli 2019, Pukul : 14.10 WIB.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ibu Syahrina Hutabarat, Rabu, 10 Juli 2019, Pukul 14.30 WIB.



## **KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN HOTEL (Studi Kasus pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan)”**

### **B. Identifikasi Masalah**

Langkah pertama penelitian dan pengembangan adalah identifikasi masalah. Semua penelitian berangkat dari potensi atau masalah yang diajukan. Masalah adalah sala satu yang apabila didayagunakan akan memiliki nilai tambah.<sup>8</sup> Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi masalah tentang analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan hotel pada hotel Natama Syariah Padangsidempuan sebagai berikut :

1. Tempat parkir yang tidak bisa menampung sebagian kendaraan dari pemakai jasa hotel Natama Syariah Padangsidempuan.
2. Fasilitas jasa laundry kurang efektif yang dimiliki oleh hotel Natama Syariah Padangsidempuan.
3. Lambatnya jaringan wifi yang dirasakan oleh pelanggan terhadap hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

### **C. Batasan Masalah**

Karena luasnya permasalahan, keterbatasan waktu, biaya dan lain-lain, dalam hal ini peneliti membatasi masalah pada analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>8</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2014), hlm.271.

#### D. Rumusan Masalah

Dengan semakin pekanya konsumen atau tamu hotel terhadap arti sebuah kualitas pelayanan ketika menginap di sebuah hotel, maka diperlukan perhatian yang besar tentang kualitas pelayanan dari para pengelola hotel. Dengan kondisi dan berdasarkan latar belakang yang terjadi di atas, maka permasalahannya dapat penulis rumuskan apakah ada pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan hotel pada hotel Natama Syariah Padangsidimpuan?

#### E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional merupakan bagian yang mendefenisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi dari suatu variable.<sup>9</sup> Mekanisme operasional variabel tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Nasution menyatakan, Kualitas pelyanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan,serta ketetapan penyampaianya untuk membagi harapan konsumen <sup>10</sup>	1.Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik	Interval
Kepuasan Konsumen (Y)	Tjiptono,kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai	1. Pengalaman Konsumen 2. Harapan konsumen 3. Kesiadaan untuk Merekomendasi 4. Dapat memenuhi Kebutuhan konsumen 5. Pelayanan Yang Diberikan	Interval

<sup>9</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta, Kencana Perdana Media Group,2011), hlm.97

	dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik <sup>11</sup>	Memuaskan	
--	--	-----------	--

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian biasanya tertuju pada untuk berbagai bidang dan aspek. Maka adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

### 1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori manajemen pemasaran di bidang jasa, khususnya jasa perhotelan di Padangsidempuan.

### 2. Secara praktis

a. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai referensi untuk Meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan keunggulan dan dapat bersaing dengan perhotelan yang lainnya.

b. Bagi karyawan dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

c. Bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa program studi Ekonomi pada khususnya, dapat digunakan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian-

penelitian selanjutnya khususnya di bidang manajemen pemasaran jasa perhotelan di Padangsidempuan.

#### **H. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam menyusun proposal ini dan agar mudah dipahami oleh pembaca. Maka pembahasan penelitian ini terdiri dari satu rangkaian pembahasan yang berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Menjelaskan tentang latar belakang masalah sesuai dengan fenomena yang terjadi di tempat objek penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Landasan teori terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan, metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan instrumen pengumpulan data. Secara

umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang. Peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel peneliti.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian, Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel Pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisa yang dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan berdasarkan peneliti yang telah dilakukan dan akan mencoba memberikan saran bagi penelitian dimasa mendatang.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. *Kualitas Pelayanan*

###### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

###### 1) Kualitas

Beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/konsumen.<sup>10</sup>

Menurut Zulian Yamit kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen<sup>11</sup>. Sedangkan, menurut Toni Wijaya kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.<sup>12</sup>

Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam

---

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Edisi V, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hlm. 2

<sup>11</sup> Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet. 5*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), hlm. 7

<sup>12</sup> Toni Wijaya. *Manajemen Kualitas Jasa*. (Jakarta : PT INdeks, 2011), hlm. 11

banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk/jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus disesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Perusahaan tentunya akan saling berkompetisi untuk meningkatkan kualitas produk/jasa yang ditujukan untuk pemenuhan dan dalam rangka memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sasaran. Ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa yaitu sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a) Berinvestasi dalam prosedur ketenagakerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah hal yang sangat penting.

---

<sup>13</sup> Kotler, Philip & Keller, K.L *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.41

Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu:

- (1) Kompetensi: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan
  - (2) Kesopanan: ramah, sopan, dan menghargai orang lain
  - (3) Kredibilitas: dapat dipercaya
  - (4) Keandalan: melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat
  - (5) Responsifitas: merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat;
  - (6) Komunikasi: berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.
- b) Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi
- c) Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

Selanjutnya, perusahaan semakin menyadari dan mengakui bahwa organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Setiap organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Semua ini mengarahkan pengertian baru mengenai kualitas, yaitu tingkat dimana produk sesuai dengan spesifikasi dan harapan pelanggan. Jadi, kualitas merupakan ukuran sampai sejauh



mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.<sup>14</sup>

## 2) Pelayanan

Jasa (*service*) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.<sup>15</sup> Menurut Toni Wijaya, jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.<sup>16</sup>

Menurut Swasta pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu.<sup>17</sup> Definisi di atas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai.

Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah di kembangkan menjadi suatu pelayanan yang terbaik yang disebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang di kemukakan oleh Barata adalah kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan

---

<sup>14</sup> Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*. (Jakarta: PT. Indeks, 2011), hlm. 5

<sup>15</sup>Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service.Edisi V*. (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2005), hlm. 23

<sup>16</sup> Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 201), hlm. 150

<sup>17</sup>Basu Swasta, *Pengantar Bisnis Modern. Cetakan ketiga*. (Liberty: Yogyakarta, 1993), hlm. 342

mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaannya.<sup>18</sup>

Menurut Susan M. Gage untuk memenuhi pengharapan para pelanggan mencakup beberapa hal di antaranya, kualitas produk dan jasa, akseibilitas, serta pelayanan pelanggan yang baik dan efisien. Pengharapan pelanggan di atas juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:<sup>19</sup>

(a) Faktor produk

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran.<sup>20</sup> Dalam bidang perhotelan bidang ini berupa jasa yang diberikan kepada konsumen.

(b) Faktor Harga

Harga adalah jumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanan<sup>21</sup>. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.<sup>22</sup> Harga merupakan faktor yang penting dalam sebuah bisnis, karena akan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah bisnis tersebut.

---

<sup>18</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2003), hlm. 27

<sup>19</sup> Susan M. Gage. *Strategi Pelayanan Pelanggan*. (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 74-75

<sup>20</sup> Wisnu Chandra Krisiaji. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 72

<sup>21</sup> Basu Swasta. *Pengantar Bisnis Modern. Cetakan ketiga*. (Liberty: Yogyakarta, 1993), hlm. 147

<sup>22</sup> Wisnu Chandra Krisiaji. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 73

(c) Promosi

Promosi adalah informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan untuk membelinya.<sup>23</sup> Promosi merupakan suatu sarana untuk menghubungkan antara penjualan dengan pembeli yang bertujuan untuk mempermudah sampainya suatu informasi dari produsen kepada konsumen.

(d) Faktor Lokasi

Menurut Wisnu Chandra Kristiaji lokasi atau tempat meliputi aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan konsumen.<sup>24</sup> Dari pemamparan deskripsi di atas maka kualitas pelayanan yang baik maka ditentukan oleh beberapa faktor di atas, sehingga apabila suatu usaha ingin mengalami kesuksesan yang baik maka hendaknya mem- pertimbangkan hal-hal di atas.

### 3) Kualitas Pelayanan

Nasution menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan

---

<sup>23</sup> Krisiaji, *Op.Cit.*, 74

<sup>24</sup> Krisiaji, *Op.Cit.*, 73

penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.<sup>25</sup> Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:<sup>26</sup>

- 1) *Exellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
- 2) *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).
- 3) *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- 4) *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- 5) *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- 6) *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.

---

<sup>25</sup> M. Nur Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 47

<sup>26</sup> Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet. 5*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), hlm. 22

7) *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan member adalah kualitas pelayanan. Menurut Nasution Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.<sup>27</sup> Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, menurut Nasution apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.<sup>28</sup>

#### **b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Parasuraman dalam Nasution menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:<sup>29</sup>

##### 1) *Perceived Service*

*Perceived service* terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

---

<sup>27</sup> M. Nur Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 49

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 60

## 2) *Expected service*

*Expected Service* terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Tjiptono menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan.<sup>30</sup> Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen.

### c. **Konsep Kualitas Pelayanan**

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan.

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Edisi V. (Yogyakarta. Penerbit ANDI, 2005), hlm. 61

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang bersifat mengada-ngada. Hal ini sesuai yang dikemukakan Yong dan Loh bahwa kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*International Standardization Organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.<sup>31</sup>

Tinjauan mengenai konsep kualitas layanan sangat ditentukan oleh berapa besar kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang harus diterima. Menurut Parasuraman bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan.<sup>32</sup>

Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masalah dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang

---

<sup>31</sup> Yong C.Z, Yun y.w Loh L. *The Quest Of Global Quality* (Jakarta: Pustaka Delapratasa, 2003), hlm. 146

<sup>32</sup> Parasuraman A Valerie. *Delivering Quality Service*. (New York. The free press, 2001), hlm. 162

memengaruhi pelayanan yang diharapkan ( $E_p = Expectation$ ) dan pelayanan yang dirasakan ( $P_p = Perception$ ) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan.

Parasuraman menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan.<sup>33</sup> Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar dari pada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu). Berdasarkan pengertian di atas terdapat tiga konsep kualitas layanan yaitu:

- 1) Bermutu (*quality surprise*), bila kenyataan layanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
- 2) Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan pelanggan.
- 3) Tidak bermutu (*unacceptable quality*) bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 165



Uraian tersebut di atas, menjadi suatu penilaian di dalam menentukan berbagai macam model pengukuran kualitas layanan. Peter menyatakan bahwa untuk mengukur konsep kualitas pelayanan, maka dilihat dari enam tinjauan yang menjadi satu penilaian dalam mengetahui konsep kualitas layanan yang diadopsi dari temuan-temuan hasil penelitian antara lain sebagai berikut:<sup>34</sup>

- 1) *Gronross perceived service quality* model yang dibuat oleh *gronross*. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan mengukur harapan kualitas layanan (*expected quality*) dengan pengalaman kualitas layanan yang diterima (*experienced quality*) dan antara kualitas teknis (*technical quality*) dengan kualitas fungsi (*functional quality*). Titik fokus dalam perbandingan itu menggunakan citra organisasi jasa (*corporate image*) pemberi jasa.
- 2) *Heskett's Service Profit Chain Model*. Dalam rantai nilai tersebut dijelaskan bahwa kualitas layanan internal (*internal quality service*) lahir dari karyawan yang puas (*employee satisfaction*). Karyawan yang puas akan memberi dampak pada ketahanan karyawan (*employee retention*) dan produktifitas karyawan (*employee produktivity*), yang pada gilirannya akan melahirkan kualitas layanan eksternal yang baik, kualitas layanan eksternal yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan

---

<sup>34</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 99

(*customer satisfaction*), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), dan pada akhirnya meningkatkan penjualan dan profitabilitas.

- 3) *Normann's Service Management Sistem*. Sesungguhnya jasa itu ditentukan oleh partisipasi dari pelanggan, dan evaluasi terhadap kualitas layanan tergantung pada interaksi dengan pelanggan. sistem manajemen pelayanan bertitik tolak pada budaya dan filosofi yang ada dalam suatu organisasi jasa.
- 4) *European Foundation for Quality Management Model (EFQM model)*. Model ini dikembangkan oleh yayasan eropa untuk menejemen mutu dan telah diterima secara internasional. Model ini ditemukan setelah lembaga tersebut melakukan survei terhadap organisasi jasa yang sukses di Eropa. Organisasi dan hasil (*organization and results*) merupakan titik tolak model ini, dimana kualitas layanan ditentukan oleh faktor kepemimpinan (*leadership*) dan mengelola sumber daya manusia, strategi dan kebijakan, dan sumber daya lain yang dimiliki organisasi.
- 5) *Service Performance Model (SERPERF Model)*. Model ini dikembangkan oleh Cranin dan Taylor yang mengukur tingkat kualitas layanan berdasarkan apa yang diharapkan oleh pelanggan (*expectation*) dibandingkan dengan ukuran kerja (*performance*) yang diberikan oleh organisasi jasa dan derajat kepentingan (*importance*) yang dikehendaki oleh pelanggan.

6) *Service Quality Model (SERVQUAL Model)*. Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Pengukuran dalam model ini menggunakan skala perbandingan multidimensional antara harapan (*expectation*) dengan persepsi tentang kinerja (*performance*).

Menurut Gaspersz pengertian dasar dan kualitas menunjukkan bahwa kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis.<sup>35</sup> Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu jasa seperti performansi (*performace*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*ease of use*), estetika (*esthetics*) dan sebagainya, seperti kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil.

#### **d. Unsur Kualitas Layanan**

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya.

Parasuraman mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa

---

<sup>35</sup> Gaspersz, Vincent. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia, 2002), hlm. 4

dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (*Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.<sup>36</sup>

Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan. Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman sebagai berikut:<sup>37</sup>

#### 1) Daya tanggap (*responsiveness*)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk

---

<sup>36</sup> Parasuraman A Valerie. *Delivering Quality Service* (New York. The free press, 2001), hlm. 26

<sup>37</sup> Ibid., hlm. 32

melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif<sup>38</sup>.

Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Sayangnya pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai alternatif kemudahan untuk mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan dari orang yang mendapat pelayanan yang benar, sehingga kesan orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

## 2) Jaminan (*assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan

---

<sup>38</sup> Parasuraman A Valerie. *Delivering Quality Service* (New York: The free press, 2001), hlm. 52

sanagt ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.<sup>39</sup>

### 3) Bukti fisik (*tangibility*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.<sup>40</sup>

### 4) Empati (*empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau

---

<sup>39</sup> Parasuraman A Valerie. *Delivering Quality Service*. (New York. The free press, 2001), hlm.69.

<sup>40</sup> Ibid., hlm. 32

mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.<sup>41</sup>

##### 5) Keandalan (*reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.<sup>42</sup>

#### e. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran yang menyatakan bahwa:<sup>43</sup>

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.”* (Qs. Ali Imran: 159)<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm.40

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm. 48

<sup>43</sup> Ridwan Aldursanie, Kualitas Pelayanan Dalam Islam, available on : <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses 12 Juli 2019.

<sup>44</sup> Departemen Agama, *QS. Ali Imran: 159*.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْحَبِثَ مِنْهُ  
تُنْفِقُونَ ۖ وَأَلْسِنُكُمْ بِآخِزِيهِ إِلَّا أَنْ تُغِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*” (Q.S Al Baqarah:267).<sup>45</sup>

## 2. Kepuasan Konsumen

### a) Pengertian Kepuasan Konsumen

#### 1) Kepuasan

Menurut J Supranto kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Jadi tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitiv terhadap harga dan member komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan

---

<sup>45</sup> Ibid., Q.S Al Baqarah:267



kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

## 2) **Kepuasan Konsumen**

Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan konsumen, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat berubah. pembelian akan bergerak setelah membentuk persepsi nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Danang Sunyoto definisi kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>46</sup> Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan

---

<sup>46</sup> Danang Sunyoto. *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).hlm, 35

akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto harapan pelanggan ialah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, dengan demikian harapan konsumen/pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.<sup>47</sup>

#### **b) Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat member umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode. Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono, perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:<sup>48</sup>

##### 1) Sitem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan.

---

<sup>47</sup> Danang Sunyoto. *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 36

<sup>48</sup> Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service.Edisi V.*(Yogyakarta. Penerbit ANDI, 2005). hlm. 34-35

Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

## 2) Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirinkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

## 3) Belanja Siluman (*gost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negatif (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli

bayangan (gost shopper) ini dapat juga berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

#### 4) Analisis Kehilangan Pelanggan (Lost Customer Analysis)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya. Fandy Tjiptono menyatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah metode bertanya. Metode bertanya kepuasan konsumen dapat menggunakan teknik pengukuran sebagai berikut:<sup>49</sup>

- (a) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan perhotelan?” berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
- (b) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- (c) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).

---

<sup>49</sup> Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Edisi V* (Yogyakarta. Penerbit ANDI, 2005), hlm. 35-36

- (d) Responden dapat meminta untuk meranking beberapa elemen atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance performance analysis*).

**c) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Oleh karena kepuasan konsumen merupakan prioritas paling utama dalam perusahaan, maka perusahaan harus memiliki fokus pada pelanggan tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu :<sup>50</sup>

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- 2) Kualitas pelanggan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, bila menggunakan produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- 5) Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau yang tidak perlu membuang waktu untuk

---

<sup>50</sup> Okto Widhiarsa, *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel* (Studi Kasus Pada Hotel Ciputra Di Semarang) Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG, 2011), hlm.19-20

mendapatkan suatu produk cenderung puas akan produk tersebut.

#### d) Kepuasan Konsumen Perspektif Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus *qona'ah* mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak syar'i dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam At-Taubah : 59 dijelaskan bahwa :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya : “Dan (amatlah baiknya) kalau mereka berpuas hati dengan apa yang diberikan oleh Allah dan RasulNya kepada mereka, sambil mereka berkata: "Cukuplah Allah bagi kami Allah akan memberi kepada kami dari limpah kurniaNya, demikian juga RasulNya sesungguhnya kami sentiasa berharap kepada Allah".(QS.At-taubah:59)<sup>51</sup>

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan pelanggan, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga “*Total Islam Quality*”

<sup>51</sup> Departemen Agama, *QS.At-taubah:Ayat 59*

(TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur'an dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu:<sup>52</sup>

- 1) Harus didasari oleh kesabaran yang kuat.
- 2) Komitmen jangka panjang.
- 3) Perbaikan kualitas layanan terus menerus.
- 4) Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang.
- 5) Pendidikan dan latihan.

**e) Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam**

Bukti keimanan seseorang adalah adanya amal nyata dalam kehidupan sehari-hari oleh karena iman bukan sekadar pengakuan kosong belaka tanpa mampu memberikan pengaruh dalam kehidupan seorang muslim. Selain merespon seluruh amal islami dan menyerapnya ke dalam ruang kehidupannya. Seorang Mukmin juga harus selalu loyal dan memberikan wala'-nya kepada Allah dan Rasul-Nya. Ia harus mencintai dan mengikuti apa-apa yang diperintahkan dan menjauhi seluruh perbuatan yang dilarang. Tidak hanya dalam *hablum minalloh*, dalam muamalah pun manusia juga. Loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang member keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun oleh agama islam. Selain itu sekarang sudah mulai merebaknya lembaga keuangan yang berbasis syariah mempermudah pemilihan pemberian loyalitas kepada sesuatu yang menguntungkan dan terbebas dari unsure syariah. Perhatikan firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 54-55 berikut ini:

---

<sup>52</sup>“Kepuasan Pelanggan Perspektif Islam”, <http://www.dakwatuna.com/2019/hukum-islam>, (13-072019)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٌ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٌ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, barangsiapa di antara kamu yang murtad dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Mahaluas (pemberian-Nya), lagi Maha Mengetahui. Sesungguhnya penolong kamu hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan shalat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah).”* (Qs.Al-Maidah 54-55)<sup>53</sup>

Di sisi lain, seorang Mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuhmusuh Islam. Dalam kategori hablum minanas ini, berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal-hal yang berbau riba. Oleh karenanya, dalam beberapa firman-Nya, Allah mengingatkan orang-orang beriman tentang hal ini dalam surat Ali Imron ayat 28:

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاةً وَيُحَذِّرْكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Artinya: *“Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barangsiapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali (mu).”* (Qs.Ali-Imran 28)<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Departemen Agama, *Qs.Al-Maidah : 54-55*

<sup>54</sup> Departemen Agama *Qs.Ali-Imran 28*



## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 3**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Khusaini (Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Negeri, 2016, Universitas Yogyakarta)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta	Berdasarkan faktor bukti langsung diketahui mempunyai sikap Puas sebesar 40 %, sikap tidak puas sebesar 30,77 %, Sangat Tidak Puas sebesar 15,38 % dan Sangat Puas sebesar 13,85 %. Bukti fisik langsung dalam kualitas layanan merupakan bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan
2.	Dewi Rachmawati Rahayu (Jurnal <i>Ekonomika &amp; Bisnis</i> , 2017, Universitas Pandanaran)	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (Studi Kasus pada Hotel Gumaya Di Semarang)	Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel tampilan fisik ( <i>tangible</i> ) menunjukkan nilai t = 3,430 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ . Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kehandalan ( <i>reliability</i> ) menunjukkan nilai t = 2,318 dengan nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$ . Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) menunjukkan nilai t = 2,688 dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ . Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan ( <i>assurance</i> ) menunjukkan nilai t = 3,959 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ . Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kepedulian ( <i>empathy</i> ) menunjukkan nilai t = 2,094 dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05.
3.	Alfin Saputra (Jurnal <i>Ekonomi</i> , 2015, Universitas Riau)	Analisis Tingkat Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Pada Hotel Ratu Mayang Garden	Rata-rata skor harapan yang dinilai berdasarkan 5 (lima) indikator yaitu <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan empati adalah sebesar 3,62 artinya tingkat harapan konsumen

		Pekanbaru	terhadap pelayanan berkateori Penting Rata-rata skor kinerja yang dinilai berdasarkan 5 (lima) indikator yaitu <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan empati adalah sebesar 3,49 artinya tingkat harapan konsumen terhadap pelayanan berkategori Cukup Baik. Namun skor ini lebih rendah dari skor tingkat harapan konsumen.
--	--	-----------	---

Penelitian yang dicantumkan adalah untuk menunjukkan perbedaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Perbedaan dengan penelitian Ahmad Khusaini dengan penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta, sedangkan peneliti meneliti Tingkat Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel di Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan. Kesamaan antara peneliti terdahulu adalah dengan sama-sama meneliti kualitas pelayanan.

Perbedaan dengan penelitian Dewi Rachmawati Rahayu adalah Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel pada Hotel Gumaya Di Semarang, sedangkan peneliti menelitinya pada Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan. Kesamaan antara peneliti terdahulu adalah dengan sama-sama menganalisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel.

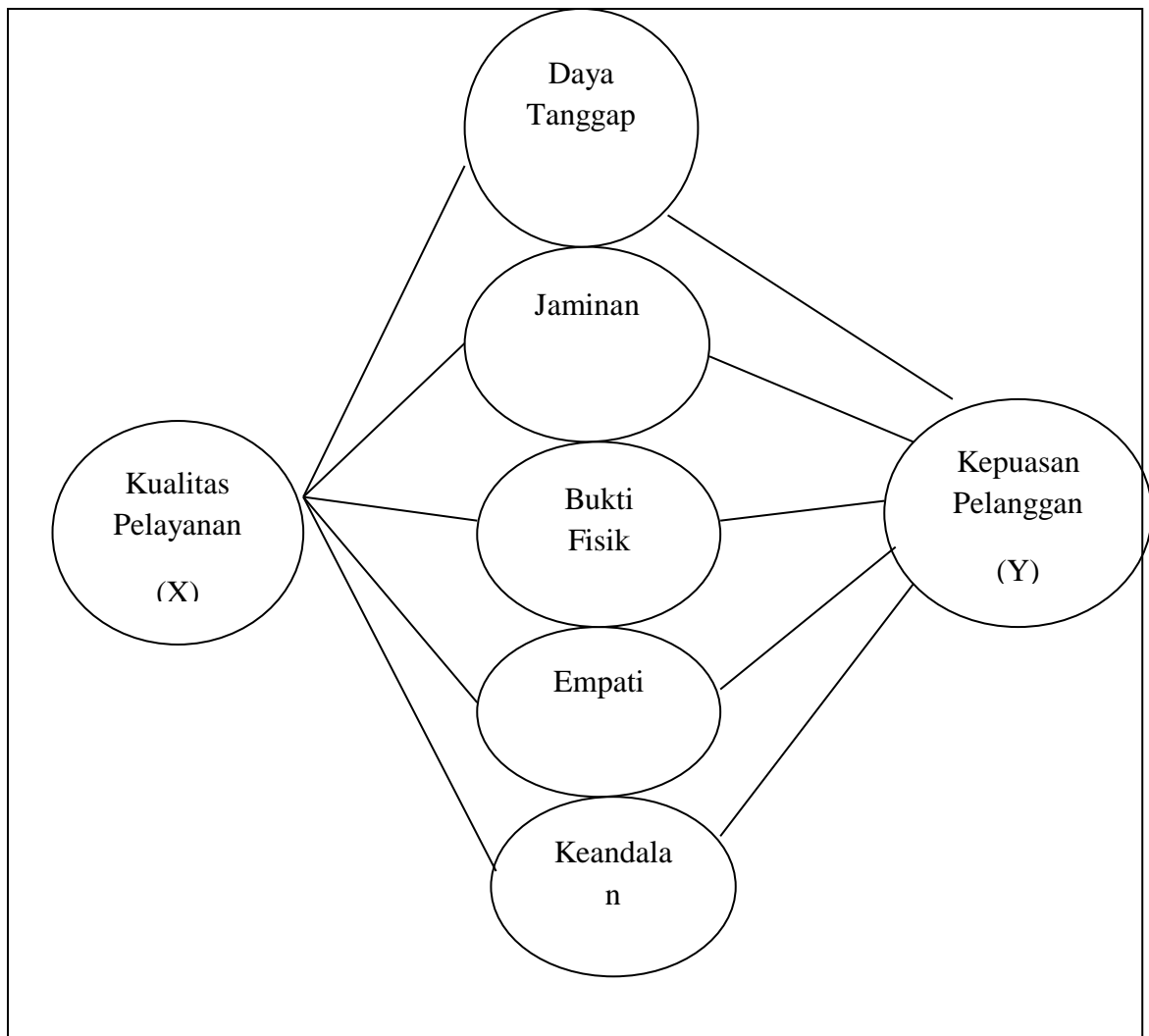
Perbedaan dengan penelitian Alfin Saputra adalah Analisis Tingkat Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru, sedangkan peneliti menelitinya pada Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan. Kesamaan antara peneliti terdahulu adalah dengan sama-sama menganalisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel.

### C. Kerangka Berfikir

Sebuah perusahaan akan dianggap sukses dalam jangka panjang adalah perusahaan yang dapat memuaskan semua kebutuhannya dalam segi pelayanan, sebab kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan

suatu produk dan pelayanan akan mempengaruhi perilaku dari pembeli selanjutnya. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam hal ini kualitas jasa (X) yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap variable dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

**Gambar 1.**  
**Kerangka Pikir**



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Menurut Suharsimi Arikunto definisi hipotesis merupakan alternative dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan kedudukannya itu maka hipotesis dapat berubah menjadi kebenaran, akan tetapi juga dapat tumbang sebagai kebenaran.<sup>55</sup> Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan hotel (studi kasus pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan).

---

<sup>55</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.55

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Hotel Natama Syariah, Jalan Sisingamangaraja No.100, Wek V, Padangsidempuan Sel., Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan mulai Maret 2019 sampai selesai.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud dengan bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain.<sup>56</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>57</sup> Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian apabila

---

<sup>56</sup> Asmadi Alsa, *Pendekatan Kualitatif dan kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

<sup>57</sup> Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian suatu Pendekatan*, Edisi Revisi V, (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2008), hlm.133.

seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Adapun populasi penelitian ini adalah konsumen Hotel Natama Syariah cabang Sitamiang, Padangsidempuan sebanyak 100 orang.

**Tabel 3.1**  
**Populasi dan Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Laki-laki	Perempuan
1	46	54
Jumlah	100 orang	

Sumber : Hotel Natama Syariah Padangsidempuan

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat mewakili populasi penelitian. enentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan rumus Slovin, tingkat kritis sebesar 10 persen untuk mengurangi kesalahan yang dapat ditolerir, yaitu: Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Dimana :

n = jumlah elemen/anggota sampel

N = jumlah elemen/anggota populasi

e = batas toleransi kesalahan ( eror tolerance 10%)<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penellitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group,2011), hlm. 158

Berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai

$$n = \frac{100}{1+(100 \times 0.1)^2} = 50 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas bahwa sampel diatas sebanyak 50 orang responden dari 100 populasi. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

#### **D. Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Menurut Rosadi Ruslan, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian atau perorangan. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung hasil observasi dan hasil wawancara dengan pegawai dan konsumen Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari sumber-sumber yang telah ada. Selain itu data ini biasanya dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu *unsure* komponen utama dalam melaksanakan riset (penelitian), artinya tanpa data tidak akan ada riset dan data yang dipergunakan dalam suatu riset merupakan data yang harus benar, kalau diperoleh dengan tidak benar maka akan menghasilkan informasi yang salah. Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis dan proses pencarian data yang valid, baik secara langsung maupun secara tidak langsung untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi peneliti. Menurut Rosadi Ruslan bahwa data tersebut sebagai alat pengambilan keputusan atau pemecahan permasalahan itu harus tepat dan benar.<sup>59</sup>

Instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>60</sup> Beberapa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data primer ini adalah :

### 1. Wawancara

wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data

---

<sup>59</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek , Edisi Revisi V*, (Jakarta : PT.RINEKA CIPTA, 2008), hlm. 27

<sup>60</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian, Op.Cit.*, hlm. 101



apabila peneliti ingin melakukan *study* pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>61</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang ada pada responden yang terkait dengan tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan dengan tatap muka maupun menggunakan telepon namun dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar yang akan ditanya.<sup>62</sup>

## 2. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Angket adalah serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengungkap informasi, baik menyangkut fakta atau pendapat.

Angket disajikan dalam bentuk tertutup dan terbuka kemudian dijawab langsung oleh responden. Jawaban diberikan dengan tanda check

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 224

<sup>62</sup> *Ibid*, hlm. 228

list (√) pada lembar jawaban yang sudah disediakan, khusus kolom dengan menuliskan angka-angka dari jumlah yang tersedia. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang harus diisi oleh konsumen di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran angket kepada konsumen Hotel Natama Syariah Padangsidempuan dengan menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan likert mempunyai garis dari sangat positif sampai sangat *negative*.<sup>63</sup> Kemudian jawaban tersebut diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>63</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 146

**Tabel 3.2**  
**Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Respon<sup>64</sup>**

Kategori Jawaban	Skor Pertanyaan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

4. Instrumen Pengumpulan Data

**Tabel 3.3**  
**Kisi-kisi Variabel Kepuasan Konsumen**

Variabel	Indikator	Pertanyaan Positif	Pernyataan Negatif
Kepuasan Konsumen (x)	1. Pengalaman Konsumen	1,2,3	4
	2. Harapan Konsumen	5,6,7,8	
	3. Kesiapan untuk Merekomendasi	9,10,11	
	4. Dapat Memenuhi Kebutuhan Pelanggan	12,	
	5. Pelayanan Yang Diberikan Memuaskan	14,15	
			13

**Table 3.4**  
**Kisi-kisi Variabel Kualitas Pelayanan**

<i>Variable</i>	<i>Indicator</i>	<b>Pertanyaan Positif</b>	<b>Pernyataan Negative</b>
Kualitas Pelayanan ( y )	1. Keandalan	1,2,3	4
	2. Daya Tanggap	5,6	
	3. Jaminan	8,9	
			7

<sup>64</sup> Riduan, *Skala Pengukuran Variabel –Variabel Penelitian* ( Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.15

	4. Empati	11,12	10
	5. Bukti Fisik	13,14	15

## F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrument

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid. Kuesioner yang disebarakan diuji dengan uji validitas menggunakan 100 responden.

Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur (instrumen) mengukur apa yang ingin diukur. Kuesioner yang dikatakan valid memiliki butir-butir pertanyaan kuesioner yang salingberhubungan dengan konsep-konsep yang diinginkan. Apabila ada pertanyaan yang tidak berhubungan berarti pertanyaan tersebut tidak valid, dan akan dihilangkan atau diganti dengan konsep pertanyaan lain yang lebih valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Setelah menentukan validitas instrument tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas dari instrument penelitian. Uji realibilitas merupakan alat yang digunakan utuk mengukur konsistensi *questioner* yang merupakan *indicator* dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran realibilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22, yakni dengan uji *statistic Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.<sup>65</sup>

## G. Analisis Data

Setelah data terkumpul, tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis dapat diartikan sebagai upaya mengubah data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji *statistic*.

### 1. *Statistic Deskriptif*

*Statistic deskriptif* digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. *Statistic deskriptif* adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, maksimum, minimum, mean, dll.<sup>66</sup> Dalam penelitian ini hanya akan memberikan gambaran tentang minimum, maksimum dan mean.

### 2. Analisis Regresi Linear Sederhana

---

<sup>65</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 120

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 147

Analisis Regresi Linear Sederhana adalah hubungan secara linear antara hubungan satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Adapun cara pengambilan keputusan Regresi Linear sederhana adalah:

- a. jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka  $H_0$  ditolak
- b. jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka  $H_0$  diterima

Adapun regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui analisis tingkat kepuasan konsumen (x) terhadap kualitas pelayanan (y). Bentuk persamaan analisis regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan pelanggan

a : Nilai konstanta

b : koefisien regresi X (nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y)

X : Kualitas pelayanan

e : Standard error

c. Uji Hipotesis/Uji Parsial (Uji t)

Uji *statistic t* digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel kualitas pelayanan dalam menerangkan variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel tingkat kepuasan berpengaruh terhadap variabel kualitas pelayanan. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan *criteria* pengujian sebagai berikut :

- 1) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $> (0.05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $< (0.05)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen<sup>67</sup>

### 3. Koefisien Determinasi Adjusted ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Semakin besar nilai ( $R^2$ ), berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Duwi Priyatno, Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS ( Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2015), hlm. 79

<sup>68</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 246-247

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu x dan y, yaitu tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan. Jika nilai R berkisar antara 0-1, dan jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0, maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Sedangkan arti harga R akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai R sebagai berikut:

**Tabel. 3.5**  
**Pedoman Untuk Meberikan Interpretasi**  
**Koefisien Korelasi<sup>69</sup>**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

---

<sup>69</sup> Sugiono dan Agus Susanto, Cara Mudah Belajar SPSS dan List Rel (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 250



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Hotel Natama Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah Singkat**

Pada awal berdirinya, Hotel Natama hanyalah sebuah losmen dengan nama “Adian Natama” yang dimiliki oleh keluarga almarhum M.F. Siregar. Sejalan dengan perjalanan waktu, dan dengan seiringnya meningkatnya permintaan masyarakat akan pelayanan jasa penginapan serta keinginan masyarakat untuk memberikan layanan pada masyarakat luas akan jasa penginapan yang bersih, nyaman dan aman dengan lokasi yang sangat strategis, maka losmen berkembang dan tumbuh menjadi hotel dengan nama “NATAMA HOTEL”.

Kepemilikan hotel yang awalnya dimiliki oleh satu keluarga, berubah menjadi dari gabungan 3 Ibu B.O. Surjaatmaja, dan keluarga Bapak Amri Lubis. Hotel Natama membentuk sebuah perusahaan terbatas Surya Natama yang berdiri pada tanggal 19 Agustus 2007 sesuai dengan Akte Notaris No.233 dihadapan kandidat noktariat Betty Supartini, S.H sebagai pengganti dari Notaris Ny Pubaningsih Adi Warsito, S.H.

Pada tahun 2007 kepemilikan dan pengelolaan Hotel Natama beralih kepada keluarga Almarhum M.F. Siregar dibawah naungan PT. Tuara Natama sesuai akte notaris No.3 tanggal 16 juli 2007 yang diterbitkan oleh Notaris Rumondu Kesuma Lubis, S.H. Semenjak

berdirinya hotel ini, memang telah dikenal masyarakat sebagai hotel yang selalu menjaga nilai-nilai keislaman, moral dan nilai kebudayaan masyarakat setempat, sehingga hotel ini bisa berkembang cepat.

## **2. Aktivitas Hotel Natama**

Hotel Natama Padangsidimpuan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri perhotelan, jasa yang ditawarkan oleh pihak Hotel Natama tersebut adalah sebagai berikut:

### **a) Bidang Akomodasi**

Bidang ini merupakan usaha pokok dari perusahaan perhotelan yang menyediakan kamar bagi keperluan tamu yang menginap. Bangunan hotel, ukuran dan jumlah kamar serta fasilitas lain yang ada pada hotel merupakan suatu yang ditawarkan untuk memberikan kepuasan kepada tamu yang datang baik dalam urusan bisnis maupun dengan tujuan untuk menginap. Selain itu bidang ini dilengkapi dengan fasilitas penunjang untuk kebutuhan para tamu.

### **b) Bidang Restoran**

Biasanya disebut dengan *food and beverage* ataupun bagian makan dan minum. Bidang restoran ini terpisah dengan bidang akomodasi, adapun nama restoran dihotel ini adalah Rahma Restoran.

### **c) *Minor Operation Departement***

Bidang ini merupakan bidang yang menyediakan pelayanan diluar operasi kamar dan restoran untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh para tamu yang datang. Usaha ini adalah usaha pelayanan *Loundry*, *meeting Room*, dan *Safety Box*. Karena banyaknya persaingan maka untuk menunjang keberhasilan perusahaan, maka bentuk jasa yang ditawarkan oleh pihak hotel harus benar- benar yang bisa memuaskan para tamu yang datang dengan tujuan menginap maupun dengan tujuan bisnis atau yang lain nya.

### **3. Struktur Organisasi**

Perusahaan adalah suatu organisasi yang berdiri dari sekelompok orang yang terorganisir dalam proses pencapaian tujuan. Semakin berkembang dan majunya suatu perusahaan maka persoalan di dalamnya akan semakin kompleks, dengan demikian pimpinan suatu perusahaan secara individu tidak mungkin melaksanakan pengawasan secara langsung terhadap seluruh kegiatan perusahaan.

Langkah pertama yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan adalah menetapkan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan agar tercapai apa yang menjadi tujuan perusahaan secara menyeluruh. Tujuan utama membentuk struktur organisasi antara lain agar pimpinan dapat dengan mudah mengawasi bawahannya serta untuk menghindarkan jabatan rangkap dua.

Oleh karena itu struktur organisasi sangat penting dalam perusahaan baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dagang, maupun industri. Dalam rangka menunjang kelancaran pelaksanaan berbagai aktivitas atau kegiatan perusahaan, maka Hotel Natama Padangsidempuan telah menyusun pembagian tugas dan wewenang serta tanggung jawab masing-masing bagian.

Berdasarkan struktur organisasi yang telah disusun oleh pihak Hotel Natama Padangsidempuan yang terlihat pada lampiran 1, maka berikut akan dijelaskan tugas serta tanggung jawab masing-masing elemen antara lain:

a) Manager

Manager adalah seorang yang karena pengalaman, pengetahuan dan keterampilannya diakui oleh organisasi untuk memimpin, mengatur, mengelola, mengendalikan dan mengembangkan kegiatan organisasi dalam rangka mencapai tujuan. Tugas seorang manajer Hotel adalah mengawasi Hotel untuk mencapai tujuannya dan memberikan pengarahan-pengarahan kepada bawahannya. Untuk lebih jelasnya tugasnya antara lain:

- 1) Memberi instruksi untuk melaksanakan pekerjaan
- 2) Mengawasi pegawai-pegawai dalam melaksanakan tugasnya
- 3) Melatih pegawai-pegawai untuk melaksanakan tugasnya
- 4) Mengembangkan metode-metode baru untuk melaksanakan pekerjaan

b) *Front Office*

Adalah cermin dari kualitas hotel untuk pertama kali bagi tamu saat memasuki suatu hotel, untuk itu kesiapan, kesigapan, ketepatan serta kemampuan semua karyawan dibagian kantor depan dalam menjalankan fungsi tugas dan tanggung jawabnya sangatlah menentukan dalam memberikan impresi baik maupun kurang baik atau buruk pada para tamu hotel sebelum para tamu tersebut mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang lainnya saat mereka datang untuk menginap maupun tidak di hotel.

c) *Receptionist*

Seorang receptionist adalah orang penting bagi tamu, bagi tamu petugas receptionist adalah orang yang paling sering dihubungi selama mereka menginap. Tugas dan tanggung jawab *receptionist* adalah sebagai berikut:

- Menyambut tamu tiba
- Memproses pendaftaran tam
- Mempersiapkan kedatangan tamu dan menentukan kamar untuk tamu
- Menangani kunci kamar untuk tamu
- Menjawab telepon dengan cepat dan ramah
- Menangani permintaan tamu selama menginap
- Berkoordinasi dengan bagian lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu

- Menyelesaikan permasalahan tamu yang berhubungan dengan produk dan pelayanan
- Membuat laporan yang berhubungan dengan tamu dan kamar seperti laporan tingkat hunian kamar, laporan tamu yang menginap.

d) *Cashier*

Seorang kasir adalah *team leader* atas shiftnya dan bertanggung jawab untuk mencatat dan menerima semua transaksi penjualan dan memberikan pelayanan maksimal kepada customer, supplier, relasi dan media. Menguasai program kasir yang telah disediakan, menggunakan scanner, cash register dan alat-alat pendukung lainnya serta mampu melayani customer dengan baik.

e) *House Keeping*

Adalah bagian dari hotel yang mengatur atau menata peralatan, menjaga kebersihan, memperbaiki kerusakan, dan memberi dekorasi dengan tujuan agar hotel tampak rapi, bersih, menarik dan menyenangkan penghuninya. House keeping bertanggung jawab atas kebersihan, kerapian, kenyamanan kamar dan lainnya.

f) *Laundry*

Laundry adalah bagian hotel yang bertanggung jawab atas semua cucian yang dikirimkan kepadanya.

g) *Human Resources*

Human resources adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan.

h) *Room Boy*

Tugas dan tanggung jawab room boy adalah menjaga kebersihan hotel, memfotocopy surat-surat yang diperlukan, membeli keperluan alat-alat kantor dan lain-lain.

i) *Engineering*

Engineering adalah suatu department pada suatu hotel yang fungsi dan tugasnya adalah bertanggung jawab pada hal-hal yang menyangkut aspek- aspek teknis dalam hotel, yang berkaitan erat dengan keselamatan, kelancaran, keamanan, pelayanan, kesenangan, dan kepuasan tamu hotel.

j) *Food and Beverage*

*Food and beverage* adalah salah satu departement yang mempunyai fungsi/tugas menyiapkan dan melayani makanan dan minuman serta mendatangkan keuntungan dan dikelola secara komersial dan profesional.

k) *Cook*

Yaitu bagian yang tidak langsung berhubungan dengan tamu karena harus melalui perantara pramusaji. Tugas dan tanggung

jawabnya adalah memasak makanan dan membuat minuman untuk tamu yang menginap pada Hotel Natama Padangsidimpuan.

l) *Waiter*

Yaitu bagian yang langsung berhubungan dengan tamu.

Tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a) Mempersiapkan segala macam peralatan yang akan dipakai nantinya
- b) Mengatur dan menyusun meja makan atau lay out yang telah disetujui pihak penyelenggara.
- c) Selalu mengikuti briefing yang dipimpin oleh supervisor dan coordinator sebelum melakukan pekerjaan.
- d) Melayani tamu dengan senyum dan keramah tamahan
- e) Mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan
- f) Membersihkan dan menjaga peralatan agar tidak cepat hancur

m) *Security*

Tugas dan tanggung jawab security adalah menjaga keamanan perusahaan serta bertanggung jawab atas kehilangan barang-barang perusahaan.

## **B. Karakteristik Responden Penelitian**

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pada Hotel Natama Padangsidimpuan dan sampel yang ditarik berjumlah 100 orang. Dari data yang diperoleh telah diklasifikasikan mengenai data responden sebagai berikut:



## 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>		
<b>Kategori</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
Laki - laki	46	46%
Perempuan	54	54%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang sudah diolah

Hasil pengolahan data pada table diatas memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu 54 orang dengan persentase sebesar 54%. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki 46 orang dengan persentase sebesar 46%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Data Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>		
<b>Kategori</b>	<b>Responden</b>	<b>Presentasi</b>
20-30 tahun	37	37%
31-40 tahun	23	23%
41-50 tahun	21	21%
51-60 tahun	17	17%
>60 tahun	2	2%
Total	100	100%

Hasil pengolahan data pada table diatas memperlihatkan bahwa jumlah responden berusia 20-30 tahun yaitu 37 orang dengan persentase 37%. Kemudian responden berusia 31-40 tahun yaitu 23 orang dengan persentase 23%. Selanjutnya responden berusia 41-50 tahun yaitu 21 orang dengan persentase 21%. Jumlah responden yang memiliki usia 51-60 tahun berjumlah 17 orang dengan persentase 17%. Selanjutnya responden yang memiliki usia lebih dari 60 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2%.

### 3. Karakteristik Reponden Berdasarkan Tujuan

**Tabel 4.3**  
**Data Menurut Daerah Asal**

<b>Daerah Asal</b>	<b>Responden</b>	<b>Presentasi</b>
Bukit Tinggi	46	46%
Padang	35	35%
Pekan Baru	11	11%
Medan	8	8%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber data: Data primer yang sudah diolah

Hasil pengolahan data pada tabel di atas memperlihatkan bahwa jumlah responden yang memiliki tujuan ke Bukit Tinggi berjumlah 46 orang atau sebanyak 46%. Jumlah responden yang memiliki tujuan ke Padang berjumlah 35 orang atau sebanyak 35%. Selanjutnya jumlah responden yang memiliki tujuan ke Pekanbaru berjumlah 11 orang atau sebanyak 11%.

Dan jumlah responden yang memiliki tujuan ke Medan berjumlah 8 orang atau sebanyak 8%.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

##### a. Uji validitas pelayanan

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Pelayanan**

Item pertanyaan	r hitung	r table	keterangan
Soal 1	0,664	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n=100. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel = 0,195	valid
Soal 2	0,574		valid
Soal 3	0,438		valid
Soal 4	0,315		valid
Soal 5	0,548		valid
Soal 6	0,363		valid
Soal 7	0,288		valid
Soal 8	0,326		valid
Soal 9	0,216		valid
Soal 10	0,277		valid
Soal 11	0,462		valid
Soal 12	0,520		valid
Soal 13	0,600		valid
Soal 14	0,562		valid
Soal 15	0,462		valid

Sumber: Data diolah 2020

Dari hasil uji validitas kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa item soal 1 sampai dengan item soal 15 adalah valid.

Dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$   $n=100$  sebesar 0,195.

b. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Item pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	keterangan
Soal 1	0,689	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,195$	valid
Soal 2	0,436		valid
Soal 3	0,617		valid
Soal 4	0,267		valid
Soal 5	0,689		valid
Soal 6	0,697		valid
Soal 7	0,696		valid
Soal 8	0,727		valid
Soal 9	0,613		valid
Soal 10	0,675		valid
Soal 11	0,652		valid
Soal 12	0,553		valid
Soal 13	0,613		valid
Soal 14	0,599		valid
Soal 15	0,476		valid

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil uji validitas kepuasan diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item soal 1 sampai 15 adalah valid. Dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n=100$  sebesar 0,195.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau

konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

a. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.6**  
**Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan**

**Reability Statistic**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.695</b>	<b>15</b>

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 *Reability Satatistic* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliable. Nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,695 > 0,60).

b. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4.7**  
**Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan**  
**Reability Statistic**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.874</b>	<b>15</b>

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 *Reliability statistic* diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliable. Nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0.874 > 0,60).

## D. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Asumsi Dasar

#### a) Statistik Deskriptif

Statistic deskriptif digunakan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul. Dalam penelitian ini hanya memberikan gambaran maksimum, minimum dan mean.

**Tabel 4.8**  
**Statistik deskriptif kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan**

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Kualitas_pelayanan	100	37	61	47.85
Kepuasan_pelanggan	100	36	70	51.92
Valid N (listwise)	100			

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data yang diolah)

Tabel 4.8 terlihat bahwa dapat disimpulkan bahwa nilai kualitas pelayanan memiliki nilai terendah yaitu 37, nilai tertinggi yaitu 61 dan nilai rata-rata yaitu 47,85. Sedangkan pada nilai kepuasan pelanggan memiliki nilai terendah yaitu 36, nilai tertinggi yaitu 70 dan nilai rata-rata yaitu 51.92.

### b) Uji Regresi Lincar Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara hubungan satu variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Adapun cara pengambilan keputusan regresi linear sederhana adalah:

1. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  maka ditolak
2. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  maka diterima

Nilai signifikan dari hasil penelitian ini sebesar 0,000 atau lebih kecil dari taraf nilai signifikannya yaitu 0,005 atau ( $0,000 < 0,005$ ), jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  dari penelitian ni ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan untuk persamaan uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.12**  
**Persamaan Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	33.319	3.412		4.293	.000
kepuasan_pelayanan	.280	.065	.400	4.321	.000

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 4,293 + 4,321 + 0,05$$

Berdasarkan persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa :

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,293 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan (X) nilainya 0, maka kinerja (Y) nilainya sebesar 4,293.
- 2) Koefisien kualitas pelayanan (X) sebesar 4,321 menunjukkan, apabila kompensasi meningkat 1 satuan, maka kinerja (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 4,321. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

### E. Pengujian Hipotesis

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 4.13**

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.389 <sup>a</sup>	.158	.151	5.767	.160	18.673	1	98	.000	1.256

a. Predictors: (Constant), kepuasan\_pelayanan

b. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan

Berdasarkan tabel 4.13 Model Summary diatas diperoleh angka R sebesar 0,389, artinya korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan



kepuasan pelanggan sebesar 0,389. Hal ini menunjukkan terjadi pengaruh yang rendah karena nilai tersebut belum mendekati 1. Untuk nilai  $R^2$  sebesar 0,158 hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 15,8% variasi kepuasan pelanggan menggunakan jasa Hotel Natama Padangsidimpuan yang dapat dijelaskan oleh factor-faktor lain di luar penelitian ini.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistic t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel kualitas pelayanan dalam menerangkan variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan criteria pengujian sebagai berikut :

- a) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan tingkat signifikansi  $> \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.14**  
**Uji Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	33.319	3.412		4.293	.000

kepuasan_pelayanan	.280	.065	.400	4.321	.000
--------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: kualitas\_pelayanan

Berdasarkan hasil output di atas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 4,293 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan  $df = n - 2$  atau  $100 - 2 = 98$  diperoleh 1,984 ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,293 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi yang diperoleh  $0,000 < \alpha$  (0,05) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian parsial koefisien kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa Hotel Natama Padangsidempuan.

## F. Pembahasan

Hasil penelitian ini didapat bahwa dalam persamaan regresi  $Y = 24,685 + 0,569$  menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,569 %. Hal ini dapat diartikan jika peningkatan terhadap kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Menurut M. Nur Rianto Al Arif dalam buku Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Demi menciptakan kepuasan yang lebih tinggi, pihak Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sebaiknya memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Menurut Kasmir dalam buku Etika Customer pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik harus dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya, untuk selanjutnya dapat dilihat dilandaskan teori.

Model regresi ini juga dinyatakan lulus dari uji asumsi dasar. Dari grafik normal plot titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka data tersebut dikatakan normal dan data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov*.

### **1. Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan**

Strategi yang perlu dilakukan Hotel Natama Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan pelayanan adalah:

#### **a) Mengelola bukti kualitas jasa**

Bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Bukti-bukti kualitas jasa bisa berupa fasilitas fisik jasa, penampilan pemberian jasa, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, laporan keuangan dan logo perusahaan. Selain itu, berbagai faktor seperti kamar tidur, kamar mandi, warna, AC, aroma, dan tata letak dapat pula menciptakan persepsi tertentu pada perusahaan tertentu pada perusahaan jasa, misalnya keramahan, ketenangan, kecermatan, wibawa, rasionalitas, maupun fleksibilitas.

#### b) Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan system nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi penyempurnaan kualitas secara kontinu. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan meningkatkan kualitas.

#### **G. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga serta biaya peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Menyebarkan peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi data yang diperoleh.

Walaupun demikian peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak sehingga skripsi dapat diselesaikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier sederhana, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut dari hasil regresi penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang terlihat dari persamaan regresi  $Y = 24,685 + 0,569 X$ . Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan.

#### **B. Saran**

1. Bagi perusahaan disarankan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan khususnya Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sebaiknya sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan pemerintah.
2. Untuk meningkatkan pelayanan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan harus memiliki strategi seperti memberikan pelayanan lebih ramah, sopan, lemah lembut, memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survey pelanggan, kemudian masukan dari pelanggan secara aktif dikumpulkan dan digunakan untuk meningkatkan kualitas secara terus menerus, mengukur dan memperbaiki kinerja karyawan dan perusahaan dan lain-lain.

3. Untuk peneliti selanjutnya agar menambah factor-faktor lain dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti factor harga, keamanan, fasilitas dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Jasa, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kualitatif dan kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).
- Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2003.
- Danang Sunyoto. *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).
- Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2014.
- Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service.Edisi V* (Yogyakarta. Penerbit ANDI, 2005).
- Gaspersz, Vincent. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia, 2002).
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1996).
- Juliansyah Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group,2011);
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Indonesia: PT. Macana Jaya Cemerlang, 2007.
- \_\_\_\_\_ & Keller, K.L *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2* Jakarta: Erlangga, 2009.
- Krisiaji Chandra Wisnu. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kuncoro Musdrajad, *Metode Riset untuk Bisnis Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013).
- M. Gage Susan. *Strategi Pelayanan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- M. Nur Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004).

- Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta, Kencana Perdana Media Group, 2011.
- Okto Widhiarsa, *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Ciputra Di Semarang)* Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG, 2011).
- Parasuraman A Valerie. *Delivering Quality Service* (New York. The free press, 2001).
- Priyatno Duwi, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* ( Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2015).
- \_\_\_\_\_, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012).
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* ( Teori dan Praktek. Jakarta: PT. Salemba Empat, 2004).
- Riduan, *Skala Pengukuran Variabel –Variabel Penelitian* ( Bandung: Alfabeta, 2010).
- Ridwan Aldursanie, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, available on : <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses 12 Juli 2019.
- Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian suatu Pendekatan*, Edisi Revisi V,(Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2008).
- Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* , Edisi Revisi V, (Jakarta : PT.RINEKA CIPTA, 2008).
- Saputra Alfin, *Analisis Tingkat Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru* Jom Fekon Vol. 2 Nomor 1 , Februari 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Swasta Basu, *Pengantar Bisnis Modern. Cetakan ketiga*. Liberty: Yogyakarta, 1993..



Tjiptono Fandy, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Edisi V, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005

Toni Wijaya. *Manajemen Kualitas Jasa*. (Jakarta : PT INdeks, 2011).

Wawancara dengan Bapak Dian Hidayat, Rabu, 10 Juli 2019, Pukul : 14.10 WIB.

Wawancara dengan Bapak Toni Silitonga, Rabu, 10 Juli 2019, Pukul: 13.40 WIB.

Wawancara dengan Ibu Syahrina Hutabarat, Rabu, 10 Juli 2019, Pukul 14.30 WIB.

Wijaya Toni, *Manajemen Kualitas Jasa* Jakarta: PT. Indeks, 2011.

Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet. 5*. Yogyakarta: Ekonisia, 2010.

Yong C.Z, Yun y.w Loh L. *The Quest Of Global Quality* (Jakarta: Pustaka Delapratasa, 2003).

Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet. 5*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2010).

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Muhammad Fadly Harahap  
Nim : 14 402 00113  
NamaPanggil : Fadly  
Fakultas / jurusan : FEBI / Ekonomi Syariah  
Tempat / tanggal lahir : Padangsidimpuan/ 6 Desember 1995  
Alamat Sekarang : Padangmatinggi, Jl.Bhakti Korpri  
Agama : Islam  
Alamat lengkap : Padangmatinggi, Jl.Bhakti Korpri  
No Hp : 0858 3553 1381 (Wa)

### **LATAR PENDIDIKAN**

- a. SD Negeri 1, Padangsidimpuan selesai tahun 2008
- b. SMP Negeri 2, Padangsidimpuan selesai tahun 2011
- c. SMK Negeri 1, Padangsidimpuan selesai tahun 2014
- d. Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan

### **DATA ORANGTUA**

Nama Orangtua:

Ayah : Muhammad Yakub Harahap  
Alamat : Padangsidimpuan  
Pendidikan : SMA  
Pekerjaan : Pedagang  
Ibu : Syafrida Siregar  
Pendidikan : SMA  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

## Lampiran 1

### Lembar Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i

Konsumen

Saya mohon kesediaan anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “ Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan (Study kasus Pada Hotel Natama Syariah Padangsidempuan Natama Syariah)”. Peneliti sangat mengharapkan kejujuran responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian kami akurat. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan banyak terimakasih.

#### **I. Identitas Responden**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Tujuan :

#### **II. Petunjuk Pengisian**

1. memberikan tanda checklist (√) pada setiap jawaban anda.

2. setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas pilihan jawaban :

(SS) = Sangat Setuju

(S) = Setuju

(KS) = Kurang Setuju

(TS) = Tidak Setuju

(STS) = Sangat Tidak Setuju

## LAMPIRAN 2

KEPUASAN PELANGGAN																
NO	SOA L 1	SOA L 2	SOA L 3	SOA L 4	SOA L 5	SOA L 6	SOA L 7	SOA L 8	SOA L 9	SOA L 10	SOA L 11	SOA L 12	SOA L 13	SOA L 14	SOA L 15	TOTA L
1	4	4	1	2	4	4	3	4	3	2	1	5	3	3	2	45
2	3	3	4	2	3	3	4	2	4	5	4	4	4	3	3	51
3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	53
4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	2	56
5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	60
6	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	63
7	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	1	49
8	4	5	5	5	4	4	2	4	2	2	2	5	2	3	3	52
9	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	63
10	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	51
11	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	53
12	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	51
13	5	3	3	3	5	4	3	3	4	3	2	4	4	4	1	51
14	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	57
15	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	56
16	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	64
17	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	54
18	5	2	1	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	59
19	4	2	4	3	4	3	2	1	4	3	2	4	4	2	3	45
20	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	5	4	3	4	4	47
21	4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	1	4	4	3	2	48

22	5	4	5	3	5	4	3	2	4	3	2	5	4	2	4	55
23	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
24	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	49
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
26	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	63
27	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	67
28	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	55
29	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	65
30	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	70
31	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	69
32	3	1	4	3	3	2	4	3	3	1	4	5	3	2	4	45
33	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	66
34	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	54
35	4	2	4	3	4	3	1	5	4	2	3	4	4	4	2	49
36	4	5	3	4	4	1	4	3	3	2	1	5	3	2	4	48
37	3	3	3	4	3	2	4	3	4	2	3	4	4	3	2	47
38	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	1	5	4	4	4	52
39	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	70
41	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	57
42	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	63
43	5	5	5	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	64
44	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	69
45	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	68
46	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	70

47	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	69
48	4	3	3	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	44
49	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	2	4	4	3	2	49
50	5	4	3	1	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
51	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	1	2	3	3	41
52	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	59
53	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	52
54	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	3	2	4	3	44
55	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	61
56	4	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	57
57	4	5	5	1	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	53
58	3	4	5	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	51
59	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	56
60	4	5	3	2	4	4	3	3	3	2	1	4	3	3	3	47
61	5	4	5	2	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	62
62	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	51
63	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	51
64	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	2	5	4	4	2	51
65	4	2	4	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	4	2	47
66	3	4	2	3	3	2	4	3	4	3	2	5	4	3	1	46
67	4	3	2	5	4	3	2	1	1	2	3	4	1	4	3	42
68	4	4	5	2	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	57
69	2	2	2	5	2	3	4	1	4	3	2	1	4	3	4	42
70	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	4	4	4	3	50
71	4	5	5	2	4	4	4	5	4	3	4	5	4	3	3	59

72	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	59
73	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
74	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	2	5	4	3	3	52
75	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	2	5	4	3	3	55
76	2	3	3	2	2	2	3	3	1	3	1	3	1	3	4	36
77	3	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	4	39
78	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	2	4	3	4	45
79	4	3	3	3	4	4	2	2	1	1	3	3	1	2	3	39
80	1	5	3	2	1	1	2	3	3	3	2	2	3	2	3	36
81	3	4	4	3	3	2	2	1	3	2	1	3	3	4	3	41
82	1	3	4	2	1	1	4	3	3	2	2	1	3	3	4	37
83	3	3	2	1	3	4	2	5	1	3	3	4	1	3	3	41
84	2	3	3	2	2	4	3	3	2	3	4	5	2	3	3	44
85	1	4	3	2	1	4	3	2	5	3	3	3	5	2	4	45
86	3	4	4	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	4	2	38
87	3	4	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	3	3	4	41
88	2	3	3	3	2	1	3	3	3	4	5	4	4	3	3	46
89	4	3	3	4	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	3	47
90	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	45
91	2	3	4	4	2	2	1	1	3	3	2	2	3	3	4	39
92	3	4	4	5	3	3	2	2	1	1	3	4	1	2	3	41
93	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	1	1	2	4	3	41
94	4	3	4	4	4	1	5	4	1	4	4	3	3	1	3	48
95	3	4	4	3	3	3	2	2	1	1	3	3	4	1	3	40
96	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	3	2	3	3	4	51

97	4	3	2	2	4	4	3	3	2	1	2	3	2	4	3	42
98	2	4	3	3	2	2	1	1	4	4	3	3	4	4	3	43
99	2	4	4	3	2	2	1	4	4	3	3	2	4	1	4	43
100	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	5	4	3	3	4	47



KUALITAS PELAYANAN																
NO	SOAL 1	SOAL 2	SOAL 3	SOAL 4	SOAL 5	SOAL 6	SOAL 7	SOAL 8	SOAL 9	SOAL 10	SOAL 11	SOAL 12	SOAL 13	SOAL 14	SOAL 15	TOTAL
1	2	3	3	3	4	2	4	2	3	4	4	2	1	5	4	46
2	2	2	3	2	3	2	3	4	4	2	3	3	2	3	3	41
3	3	2	4	2	4	3	3	2	3	2	4	2	4	4	4	46
4	4	3	5	2	5	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	49
5	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	43
6	5	3	5	2	4	5	3	4	2	4	4	5	3	4	4	57
7	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	5	5	4	53
8	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	52
9	5	3	5	1	2	4	5	3	5	3	3	2	3	3	3	50
10	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	50
11	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	2	4	5	4	2	53
12	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	5	3	53
13	5	5	2	4	4	2	2	5	2	5	2	3	3	5	2	51
14	5	5	3	4	3	4	5	3	2	5	2	5	3	5	2	56
15	5	5	3	3	5	4	2	2	5	5	2	3	5	3	2	54
16	5	5	2	4	5	4	5	3	5	2	4	4	4	5	4	61
17	5	5	5	2	5	4	4	2	5	2	4	3	5	4	4	59
18	5	4	3	4	4	2	4	5	2	4	4	5	3	4	4	57
19	4	4	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	4	3	49
20	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	53
21	4	4	5	3	4	4	1	4	4	5	1	4	4	4	1	52
22	5	4	3	4	5	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	57
23	5	5	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	57
24	2	4	3	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	50

25	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	54
26	4	3	5	4	5	3	2	3	4	4	4	2	5	3	4	55
27	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	45
28	4	4	5	5	5	4	4	2	1	5	4	3	5	4	4	59
29	4	2	2	2	3	3	4	3	4	2	3	2	4	3	3	44
30	4	3	4	2	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	50
31	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	59
32	4	2	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	57
33	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	3	3	3	50
34	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	54
35	4	3	5	3	4	2	4	2	2	5	3	4	4	2	3	50
36	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	3	46
37	3	3	3	2	3	2	1	2	3	4	3	3	3	2	3	40
38	4	5	4	3	4	4	2	4	5	3	4	3	4	4	4	57
39	3	3	4	2	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	48
40	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	4	3	3	3	43
41	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	39
42	4	5	4	3	4	4	2	4	5	3	4	3	4	4	4	57
43	4	4	4	2	4	2	2	3	4	2	4	3	4	4	4	50
44	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	48
45	2	3	2	1	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	42
46	4	4	4	3	2	5	2	3	3	2	2	4	3	3	4	48
47	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	50
48	2	3	1	5	5	5	5	1	1	5	4	1	4	4	4	50
49	4	4	5	1	5	4	3	2	4	1	4	5	5	4	4	55
50	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	42
51	2	1	4	3	2	4	2	2	4	3	3	2	4	3	3	42
52	3	3	3	4	3	2	3	2	1	2	3	2	4	3	3	41
53	3	2	4	3	2	3	5	2	3	2	2	3	4	1	2	41

54	2	3	4	3	2	1	2	4	3	3	3	3	2	1	3	39
55	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	43
56	4	2	4	2	4	3	1	3	2	2	3	4	4	4	3	45
57	4	3	3	2	5	5	2	3	2	5	2	3	4	5	2	50
58	3	4	4	1	4	3	4	5	4	2	3	4	4	3	3	51
59	4	3	3	2	3	3	1	3	2	3	3	4	4	4	3	45
60	5	4	4	5	4	3	4	5	3	2	3	5	4	4	3	58
61	4	4	2	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	58
62	2	5	4	3	4	4	2	3	4	3	4	2	3	1	4	48
63	3	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	4	3	46
64	2	3	4	3	3	4	3	4	3	1	4	3	4	2	4	47
65	2	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	48
66	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	1	3	3	41
67	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	58
68	4	4	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	50
69	2	3	3	3	4	4	2	4	4	3	2	3	4	4	2	47
70	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	1	4	4	4	1	55
71	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	53
72	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	49
73	4	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	49
74	4	4	5	2	5	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	52
75	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	4	3	3	4	49
76	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	50
77	3	2	3	4	2	3	3	4	2	2	3	4	3	2	3	43
78	2	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	41
79	4	3	3	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4	47
80	3	3	4	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	42
81	3	4	2	3	4	5	3	2	2	2	1	1	3	3	1	39
82	3	2	2	3	3	3	3	4	4	1	2	2	3	4	2	41

83	2	3	4	5	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	40
84	2	2	3	3	4	5	1	3	2	3	4	2	2	2	4	42
85	3	3	3	2	2	1	1	3	3	4	5	3	3	4	5	45
86	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	42
87	4	4	3	3	3	2	2	1	3	1	4	3	3	3	4	43
88	4	3	2	3	4	1	2	3	3	3	4	4	3	3	4	46
89	2	3	3	3	4	4	3	3	5	1	2	3	3	2	2	43
90	3	3	3	4	4	3	3	2	2	1	1	2	2	3	1	37
91	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	1	1	3	3	1	39
92	4	4	3	3	2	2	4	4	3	3	1	1	2	3	1	40
93	3	3	2	2	1	2	4	3	3	5	3	3	2	1	3	40
94	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	1	3	3	3	1	41
95	2	2	2	2	4	3	3	4	5	1	1	3	3	3	1	39
96	3	3	2	2	1	3	3	3	4	5	2	2	2	4	2	41
97	4	4	3	3	1	3	2	2	3	3	1	2	3	3	1	38
98	3	3	2	2	3	3	1	3	3	2	2	4	2	2	2	37
99	3	3	2	2	3	3	3	1	4	5	3	3	2	2	3	42
100	3	3	2	2	1	3	3	3	4	5	2	2	2	4	2	41

## Lampiran 2

### Angket Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Pertanyaan	Tanggapan responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	<b>Pertanyaan Indikator Pengalaman Konsumen</b>					
1.	Saya merasa pelayanan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan mengutamakan pelanggan VIP.					
2.	Harga sewa kamar Hotel Natama Syariah Padangsidempuan lebih murah dibandingkan Hotel Padangsidempuan lain.					
3.	Keamanan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan terjamin.					
4.	Menurut saya pelayanan pemesanan kamar Hotel Natama Syariah Padangsidempuan lambat.					
	<b>Pertanyaan Indikator Harapan Konsumen</b>					
1.	Harapan saya pelayanan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan harus lebih ditingkatkan.					
2.	Saya mengharapkan fasilitas di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan lebih lengkap.					
3.	Harapan saya keamanan di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan lebih ditingkatkan.					
	<b>Pertanyaan Indikator Kesiediaan Untuk Merekomendasikan</b>					
1.	Saya menyarankan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan kepada kerabat					
2.	Saya menceritakan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan kerabat					
3.	Saya merekomendasikan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan kepada orang lain.					
	<b>Pertanyaan Indikator dapat memenuhi kebutuhan konsumen</b>					
1.	Saya merasa Hotel Natama Syariah Padangsidempuan menjaga keselamatan, kenyamanan dan keamanan pelanggan.					
2.	Saya ingin pelayanan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan harus lebih baik dari sebelumnya.					
	<b>Pertanyaan indikator pertanyaan yang memuaskan</b>					
1.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.					
2.	Menurut saya pelayanan yang diberikan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sesuai dengan prosedur yang ada.					

### Lampiran 3

#### Angket Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Tanggapan responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	<b>Pertanyaan Bagian Keandalan</b>					
1.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memiliki kemampuan melayani pelanggan yang memesan kamar Hotel sesuai dengan prosedur.					
2.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan cekatan dalam menangani kebutuhan konsumen di kelas VIP.					
3.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memberikan perhatian kepada konsumen yang memiliki keluhan					
	<b>Pertanyaan bagian daya tanggap</b>					
1.	Konsumen lama mendapat respon dalam memesan kamar.					
2.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang fasilitas Hotel.					
3.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan mempunyai waktu luang untuk membantu konsumen yang memiliki kendala.					
	<b>Pertanyaan bagian jaminan</b>					
1.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan kurang menjaga kebersihan Hotel.					
2.	Saya merasa aman dan nyaman ketika menginap di Hotel Natama Syariah Padangsidempuan.					
3.	Transaksi setiap pemesanan kamar dilaksanakan dengan baik.					
	<b>Pertanyaan bagian empati</b>					
1.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memandang status sosial setiap konsumen yang datang					
2.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan memberikan perhatian pribadi.					
3.	Karyawan Hotel Natama Syariah Padangsidempuan sopan kepada konsumen.					
	<b>Pertanyaan bagian nyata (fisik)</b>					
1.	Letak lokasi Hotel Natama Syariah Padangsidempuan Strategis.					
2.	Akses ke Hotel Natama Syariah Padangsidempuan mudah.					

## Lampiran 4

Tabel Uji Validitas Pelayanan

Item pertanyaan	r hitung	r table	keterangan
Soal 1	0,664	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n=100. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel = 0,195	valid
Soal 2	0,574		valid
Soal 3	0,438		valid
Soal 4	0,315		valid
Soal 5	0,548		valid
Soal 6	0,363		valid
Soal 7	0,288		valid
Soal 8	0,326		valid
Soal 9	0,216		valid
Soal 10	0,277		valid
Soal 11	0,462		valid
Soal 12	0,520		valid
Soal 13	0,600		valid
Soal 14	0,562		valid
Soal 15	0,462		valid

Sumber: Data diolah 2020

## Lampiran 5

Tabel Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	keterangan
Soal 1	0,689	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,195$	valid
Soal 2	0,436		valid
Soal 3	0,617		valid
Soal 4	0,267		valid
Soal 5	0,689		valid
Soal 6	0,697		valid
Soal 7	0,696		valid
Soal 8	0,727		valid
Soal 9	0,613		valid
Soal 10	0,675		valid
Soal 11	0,652		valid
Soal 12	0,553		valid
Soal 13	0,613		valid
Soal 14	0,599		valid
Soal 15	0,476		valid

Sumber: Data diolah 2020



**Lampiran 6****Tabel  
Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan****Reability Statistic**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.695</b>	<b>15</b>

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

**Lampiran 7**

**Tabel 4.7**  
**Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan**

**Reability Statistic**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.874</b>	<b>15</b>

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

**Lampiran 8**

**Tabel**  
**Statistik deskriptif kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan**

<b>Descriptive Statistics</b>				
	N	Minimum	Maximum	Mean
Kualitas_pelayanan	100	37	61	47.85
Kepuasan_pelanggan	100	36	70	51.92
Valid N (listwise)	100			

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data yang diolah)

## Lampiran 9

**Tabel**  
**Persamaan Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.319	3.412		4.293	.000
	kepuasan_pelayanan	.280	.065	.400	4.321	.000

**Tabel**

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.389 <sup>a</sup>	.158	.151	5.767	.160	18.673	1	98	.000	1

**Tabel**  
**Uji Parsial**

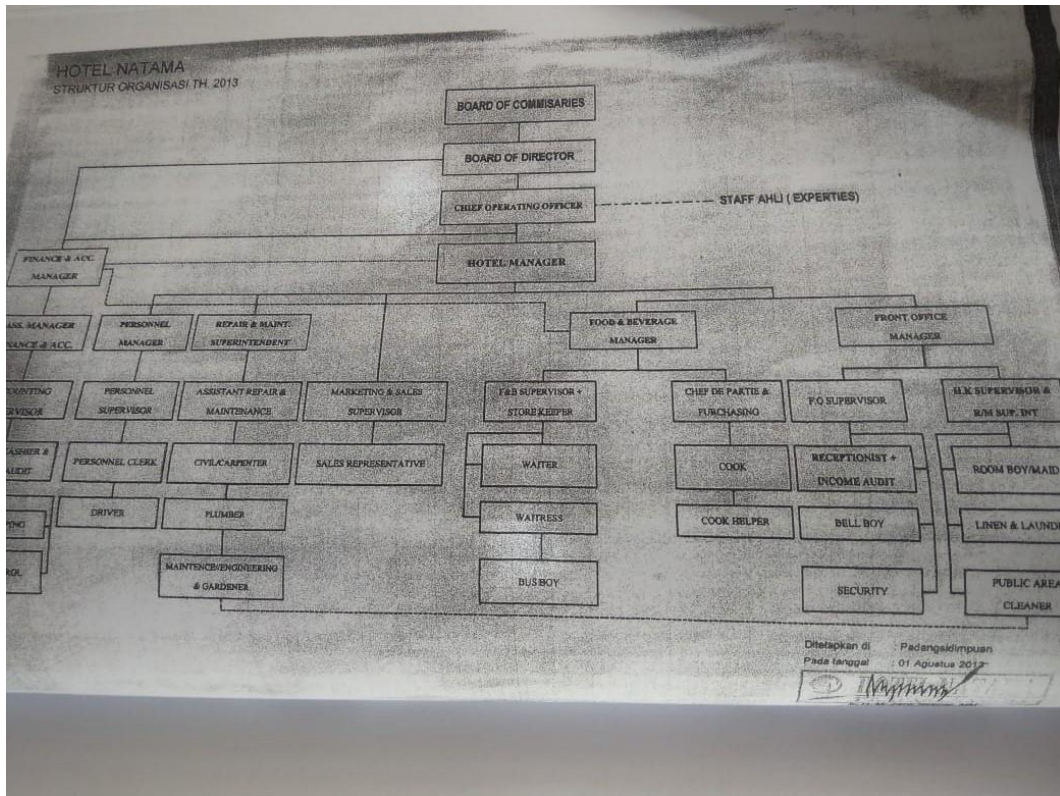
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.319	3.412		4.293	.000
	kepuasan_pelayanan	.280	.065	.400	4.321	.000



**COMPANY PROFILE**  
**PT. TUARA NATAMA**  
**( HOTEL NATAMA )**

**Jl. Sisingamangaraja No. 100**  
**Padangsidempuan – Sumatera Utara**





**COMPANY PROFILE**  
**PT. TUARA NATAMA**  
**( HOTEL NATAMA )**

**Jl. Sisingamangaraja No. 100**  
**Padangsidempuan – Sumatera Utara**

## PROFILE PERUSAHAAN

### RIWAYAT SINGKAT

- Pada awal berdirinya, Hotel Natama hanyalah sebuah Losmen dengan nama Adian Natama yang dimiliki keluarga Almarhum M. F. Siregar. Sejalan dengan perjalanan waktu dan seiring dengan memberikan layanan kepada masyarakat luas akan jasa penginapan yang bersih, nyaman dan aman dengan lokasi yang sangat strategis, maka Losmen berkembang dan tumbuh menjadi sebuah hotel dengan nama Natama.
- Kepemilikan hotel berubah menjadi gabungan dari 3 (tiga) keluarga bersaudara, yaitu keluarga Almarhum M.F. Siregar, keluarga B.O Surjaatmadja dan keluarga Bapak Amri Lubis.
- Hotel Natama membentuk sebuah Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Surya Natama yang berdiri pada tanggal 21 Agustus 1993 sesuai dengan Akta Notaris No. 233 dihadapan Ny. Betty Supartini, SH Kandidat Notaris sebagai pengganti Notaris Ny. Poerbaningsih Adi Warsito, SH.



- Pada tahun 2007 kepemilikan dan pengelolaan Hotel Natama beralih kepada keluarga Almarhum M.F Siregar dibawah naungan PT. Tuara Natama sesuai Akta Notaris No. 3 tanggal 16 Juli 2007 yang diterbitkan oleh Notaris Romunda Kesuma Lubis, SH.
- Bulan Oktober 2007 Pengurus Hotel Natama mengajukan kepada Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) di Jakarta agar Hotel Natama disertifikasi sebagai Hotel Syariah
- Bulan April 2008 team yang dipimpin Bapak Prof. K.H. Ali Mustafa Yaqub, MA sebagai Wakil Ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia datang ke Hotel Natama Padangsidimpuan untuk melakukan verifikasi faktual kesiapan Hotel Natama menjadi Hotel Syariah.
- Pada tanggal 23 Jumadil Awal 1429H/tanggal 29 Mei 2008 Hotel Natama mendapat sertifikat sebagai Hotel Syariah ke-2 di Indonesia.

## VISI & MISI

### Visi :

Menjadi Hotel Syariah terbaik di Tapanuli Selatan

### Misi

- Mengembangkan manajemen hotel dengan prinsip syariah
- Meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan seoptimal mungkin aset yang ada, melakukan efisiensi dan menerapkan prinsip syariah dalam pengelolaan bisnisnya.
- Memberikan kepuasan dan pelayanan yang optimal terhadap tamu (dhu'yuf)
- Menerima sumber daya insani (SDI) yang terdidik secara islami, menerapkan azas kejujuran, disiplin, berakhlak mulia dan menciptakan iklim persaingan yang sehat serta saling menghormati
- Meningkatkan kesejahteraan karyawan/wati
- Mensosialisasikan konsep dan system bisnis syariah kepada masyarakat

**LEGALITAS PERUSAHAAN**

Nama Perusahaan : PT. Tuara Natama  
Bidang Usaha : Akomodasi Perhotelan  
NPWP : 21.010.269.5-118.000  
Alamat : Jl. Sisingamangaraja No. 100  
Padangsidempuan – Sumatera Utara 22723  
Telepon : (0634) 22305-22306 Fax : (0634) 21305  
HP: 0821 6729.0199  
E-mail : hotel\_natama@yahoo.co.id

**STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN**

Komisaris Utama : Ir. M. Zahir Siregar, MM  
Komisaris : Ir. Kesuma Machrita  
Ir. Yuni Saidah Siregar  
Dra. Hafni Hafsah Siregar  
Direktur Utama : Hj. Bulang Amrita Lubis  
Direktur Umum & Personalia : Ir. Iradiana Siregar  
Direktur Keuangan : Rizki Rosanna Siregar, SE

## JENIS PRODUK YANG DITAWARKAN

Hotel Natama memiliki 40 kamar yang terdiri dari :

a. Executive Suite	1 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 850.000,- per malam
b. De-Luxe	2 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 485.000,- per malam
c. Superior (VIP)	20 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 390.000,- per malam
d. Standard A	7 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 290.000,- per malam
e. Standard B	5 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 225.000,- per malam
f. Economy A	2 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 150.000,- per malam
g. Economy B	3 kamar	Publish Rate (Net) Rp. 100.000,- per malam

Room rate sudah termasuk service & tax + Included breakfast untuk 2 orang

Fasilitas kamar :

- Mulai dari Standard s.d Executive Suite adalah Air Conditioner (AC), Air panas/dingin dan Televisi
- Kamar Executive Suite memiliki ruangan untuk tamu dan meja rapat
- Kamar De-Luxe di dalamnya terdapat antara lain meja kerja

### FASILITAS LAINNYA

1. Restaurant
2. Coffee Shop
3. Meeting room kapasitas 10 orang s.d 100 orang
4. Musholla
5. Parkir yang luas
6. Laundry Service
7. Mini Shop
8. Toko Oleh-oleh
9. Wifi

### PORTO FOLIO

Berikut ini beberapa institusi yang telah menjadi pelanggan setia kami sejak berdirinya hotel ini

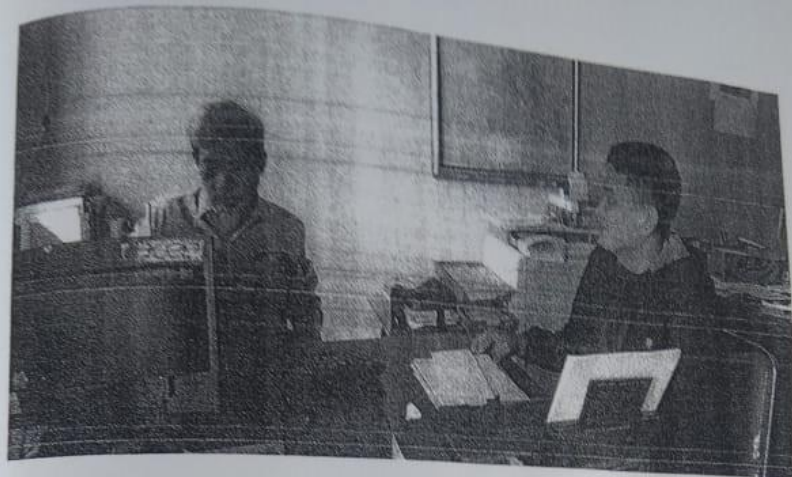
#### I. Government

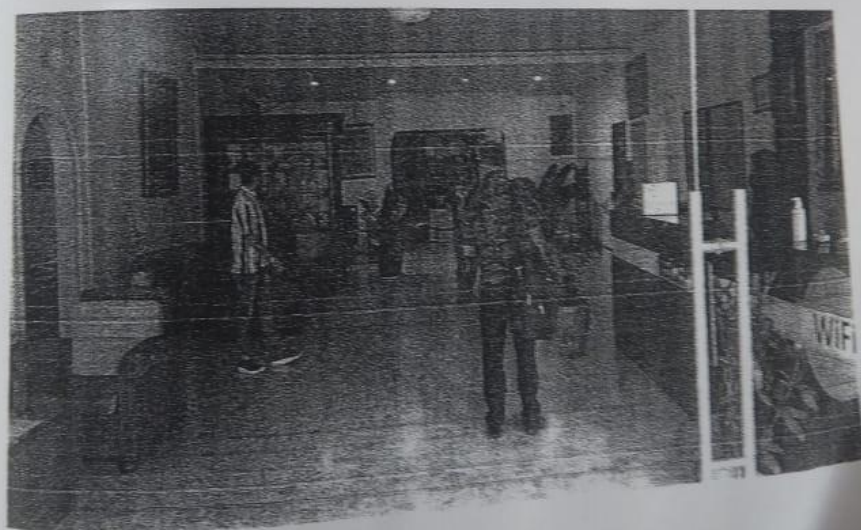
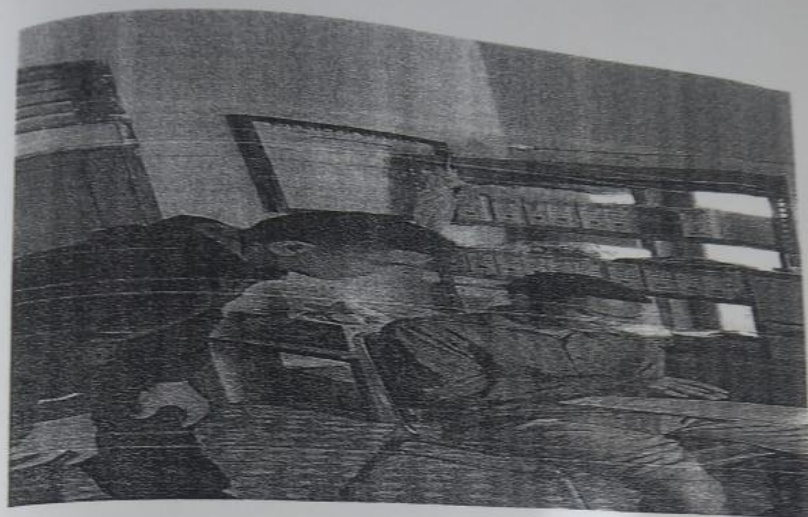
1. Pemerintahan Kota Padangsidempuan
2. Pemerintahan Kabupaten Tapanuli Selatan
3. Pemerintahan Mandailing Natal

4. Pemerintahan Padanglawas
5. Pemerintahan Padanglawas Utara
6. Polres Kota Padangsidempuan
7. Polres Kabupaten Tapanuli Selatan
8. Kodim
9. Dandim
10. Batalyon
11. Kantor Pajak Pratama Padangsidempuan
12. Pengadilan Negeri
13. Kejaksaan
14. Dinas Tenaga Kerja
15. Dinas Kesehatan
16. Dinas Pendidikan
17. Dinas Perhubungan
18. Dinas Pekerjaan Umum

## II. Travel

1. Narasindo
2. Trijaya
3. Pacto







DOKUMENTASI

