

---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN STAFF TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL THE OBEROI BEACH RESORT LOMBOK

Oleh

Muhammad Khairul Muhtariady<sup>1)</sup>, Lalu Yulendra<sup>2)</sup> & Lalu Mahsyar<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : <sup>1</sup> [khairulmuhtariady@gmail.com](mailto:khairulmuhtariady@gmail.com), <sup>2</sup> [laluyulendrampar@gmail.com](mailto:laluyulendrampar@gmail.com) &

<sup>3</sup> [lombokmahsar@gmail.com](mailto:lombokmahsar@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 05-07-2024

Revised: 07-07-2024

Accepted: 11-07-2024

### Keywords:

Evaluasi, Pelayanan,  
Kepuasan tamu.

*Abstrak : Kualitas pelayanan adalah landasan utama mengetahui tingkat kepuasan tamu. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik, jika bisa menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan tamu. Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan tamu, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan staff terhadap kepuasan tamu di hotel The Oberoi Beach Resort Lombok. Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif menjelaskan mengenai fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematis. Hasil penelitian ini bahwa bahwa hotel The Oberoi Beach Resort Lombok memiliki standart kerja yang sangat baik dan telah di aplikasikan oleh semua staff sesuai dengan SOP (standard operational procedure) yang di atur dalam LQA (Leading Quality Assurance). Bahwa dari hasil pembahasan, terbukti ada pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan staff terhadap kepuasan tamu.*

---

## PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan adalah landasan utama mengetahui tingkat kepuasan tamu. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik, jika bisa menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan tamu. Kualitas produk serta kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh pada kepuasan tamu sebagaimana di pertegas oleh pendapat Arianto (2018:83) mengenai kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk harapan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dalam suatu industri khususnya hotel demi memberikan kepuasan pelanggan. Sebagai tambahan, Indrasari (2019:57) Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan Hotel The Oberoi Beach Resort Lombok menampilkan pelayanan yang diberikan cukup mendukung untuk menggapai kepuasan.

Staff hotel The Oberoi Beach Resort Lombok bertanggung jawab dalam seluruh aktivitas mengenai kepentingan tamu hotel. Di mulai dari pemesanan kamar, menerima kedatangan (checkin), menangani telepon, menangani barang bawaan, menangani keberangkatan (check-out), memberikan informasi terkait fasilitas dan aktifitas yang dapat di lakukan baik itu di dalam

lingkungan hotel maupun di luar hotel kepada tamu. Oleh sebab itu, pada industri perhotelan telah sepatutnya mencermati faktor kenyamanan, keamanan, pelayanan, serta fasilitas penunjang dalam menginap. Sehingga mutu pelayanan jasa serta kepuasan tamu pada pengelolaan suatu hotel jadi salah satu kunci kesuksesan buat pelaku bisnis perhotelan. Kualitas pelayanan harus dijalankan secara maksimal, karena hal itu berfungsi untuk mendukung kepuasan tamu.

Kepuasan konsumen dijelaskan oleh Windasuri dan Hyacintha (Prakoso, dkk (2017) “yaitu tanggapan emosional hasil evaluasi konsumen atas konsumsi produk atau jasa.” Sedangkan menurut Umar (Indrasari 2019:82) “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.” Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan, cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Di pertegas oleh Kotler dan Keller (Indrasari 2019:90), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, (1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas. (2) Kualitas pelayanan, 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 mendapatkan suatu produk cenderung puas akan produk tersebut. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Berikut beberapa uraian mengenai pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli yaitu: “Kualitas pelayanan adalah tolak ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima pelayanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka, kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan” (Winarsi Ratminto, 2013).

“Pada dasarnya kualitas pelayanan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat pelayanan yang di harapkan (expected services). Bagi perusahaan perhotelan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen” (Prakoso, 2017).

“Kualitas pelayanan merupakan seluruh ciri serta sifat suatu produk yang berpengaruh kepada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat” (Kotler & Keller, 2009).

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu pelayanan yang diberikan kepada tamu untuk memenuhi keinginan yang sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan

---

(expected service) dan pelayanan yang dirasakan (perceived service) (Andriani & Kristiutami, 2018). Tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolok ukurnya yaitu:

Reliabilitas (Reliability), adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu.

Responsif (Responsiveness), yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.

Kepastian/jaminan (Assurance), adalah pengetahuan dan kesopan-santunan serta kepercayaan diri pegawai. Dimensi assurance memiliki kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat respect terhadap tamu.

Empati (Empathy), memberikan perhatian individu tamu secara khusus. Dimensi empathy ini memiliki kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu.

Nyata (Tangibles) yaitu sesuatu yang nampak atau yang nyata, seperti: penampilan para pegawai, dan fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.

#### Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu dijelaskan oleh Widiasuri dan Hyacintha (Prakoso, dkk (2020:263) “yaitu tanggapan emosional hasil evaluasi konsumen atas konsumsi produk atau jasa. Sedangkan menurut Umar (Indrasari 2019:82), “Kepuasan tamu adalah tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.” Tamu yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan akan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Di pertegas oleh Kotler dan Keller (Indrasari 2019:90) “Kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.” Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan tamu antara lain:

Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan tamu ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.

Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.

Pengalaman dari teman-teman.

Kepuasan tamu merupakan prioritas paling utama dalam perusahaan, maka perusahaan harus memiliki fokus pada pelanggan atau tamu. Tingkat kepuasan tamu di tentukan oleh lima faktor utama yang harus di diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

Kualitas produk, tamu akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.

Kualitas pelayanan, tamu akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Emosional, tamu 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.

Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

Biaya, tamu yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau yang tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas akan produk tersebut. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan

antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, setiap konsumen memiliki pendapat yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan yang telah dirasakan, selain itu juga memiliki tingkat persepsi harga terhadap produk yang berbeda pula dan juga lokasi namun pada dasarnya hanya ingin mendapatkan sebuah produk yang berkualitas. Keputusan pembelian konsumen merupakan proses bertahap, terhadap keterlibatan konsumen dan banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel tertentu. Menurut Katemung (Steven: 2021) “Mutu pelayanan ialah aspek esensial dimana perlu perindustrian perhatikan penyedia jasa. Pelayanan berkualitas berfokus untuk memenuhi kehendakan dan keperluan konsumen disertai dengan akurasi dalam pelayanannya agar sesuai dengan harapan.” Peningkatan pelayanan kini merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, dengan adanya peningkatan pelayanan diharapkan dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi suatu unit usaha.

Pelayanan melibatkan aspek materi seperti kehandalan produk, ketepatan pelayanan, disamping itu unsur pribadi yang di wakili oleh interaksi staff lini depan dengan pelanggan, baik dalam aspek pelayanan materi maupun pribadi yang memberikan kesempatan untuk mendapatkan pelanggan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan persaingan. Menurut Lovelock (Indrasari 2019:84) menjelaskan bahwa “kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan.”

Emosi yang tercipta dari apa yang dirasakan oleh tamu pada saat mendapatkan pelayanan sangat berperan penting terhadap citra perusahaan dan bagaimana persepsi tamu kepada perusahaan tersebut. Selain itu menurut Engel, Roger & Miniard (Indrasari 2019:87) bahwa “kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan”.

Bentuk-bentuk kepuasan yang di berikan oleh Staff Oberoi Beach Resort Lombok antara lain:

Di mulai ketika tamu baru tiba di Airport, akan di sambut oleh staff Airport representative yang di mana dia akan mengarahkan dan membantu tamu untuk memasukan barangnya ke dalam bagasi mobil serta menginformasikan estimasi waktu perjalanan dari Airport ke Hotel. Serta apabila terjadi masalah seperti tamu yang kehilangan barang (lost luggage) akibat kesalahan dari maskapai penerbangan, maka Airport representative akan siap membantu tamu.

Ketika sampai di hotel, staff front office akan menyambut tamu dengan penuh senyuman dan keramah-tamahan serta akan di berikan kalung bunga (prangifani garland) serta akan di arahkan ke meja reception untuk melakukan proses check in hingga mengantarkan tamu ke dalam kamar beserta dengan barang bawaannya.

Ketika meninggalkan hotel atau check out, tamu akan di bantu dalam pengambilan barang dan akan di farwell oleh staff hotel. Serta, akan di undang untuk datang kembali lagi suatu saat nanti. Setelah 1 hari tamu check out, pihak corporate pusat yang berpusat di India akan mengirimkan E-Survey berbentuk kuisioner yang berisi poin-poin yang harus di isi oleh tamu, di mana tamu dapat mendeskripsikan pengalamannya ketika menginap di hotel.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di hotel The Oberoi Beach Resort Lombok, Jalan Papuk Dana, Tanjung, Kecamatan Lombok Utara. Peneliti memfokuskan bidang yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan yang bertolak pada kepuasan tamu.

### Peta Lokasi Penelitian



**Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif menjelaskan mengenai fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematis. Menurut Arikunto (2013) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut. Setelah data di kumpulkan selanjutnya menganalisis pendapat tamu mengenai kualitas pelayanan di hotel The Oberoi Beach Resort Lombok, kemudian bisa ditarik kesimpulan dari analisis yang dilakukan.

### Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala bentuk hal yang diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2009) dalam (Jamaludin, 2018). Berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini merupakan variabel bebas. Menurut Sekaran & Bougie (2016) variabel bebas adalah variabel yang diubah atau dimanipulasi oleh peneliti untuk memperoleh pengaruh atau efek pada variabel lain. Menurut Ratu & dkk. (2018), beberapa variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan di tempat wisata yaitu keandalan (Reliability), bukti langsung (Tangible), ketanggapan (Responsivness), jaminan (Assurance), empati (Empathy).

#### 2. Kepuasan Tamu (Variabel Y)

Kepuasan tamu merupakan variabel terikat dalam penelitian ini yang merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Menurut Sugiyono (2017) variabel terikat adalah variabel yang diukur atau diamati oleh peneliti karena nilai variabel ini bergantung pada variabel bebas atau variabel independen.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting dan hal

yang mendasar untuk melakukan analisis. Sehingga teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik metode angket (Kuesioner). Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dengan penelitian ini.

#### A. Angket

Kuesioner merupakan salah satu dari teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah tamu hotel The Oberoi Beach Resort Lombok

#### B. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses interaksi antara dua atau lebih individu dengan tujuan untuk mendapatkan informasi atau data mengenai suatu topik atau subjek tertentu. Menurut Creswell (2016) wawancara bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, dimana sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman sendiri. Pengambilan data dengan wawancara dilakukan untuk mendapatkan data tambahan yang tidak diperoleh pada saat observasi di lokasi penelitian. Wawancara ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada tamu yang menginap di hotel.

#### C. Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung sebagai salah satu metode dalam pengumpulan data penelitian kuantitatif. Manfaat dari metode observasi yaitu untuk mengumpulkan berbagai data dari perilaku atau interaksi sosial. Metode observasi terdiri dari 5 macam yaitu observasi partisipasi, non partisipasi, tersembunyi, langsung, dan observasi naturalistik (Rachmawati, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode observasi partisipasi yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi area hotel, ketersediaan fasilitas, dan kenyamanan di hotel tersebut.

#### D. Dokumentasi

Menurut Moleong (2017) dokumentasi adalah suatu cara untuk merekam hasil penelitian atau pengamatan dalam bentuk dokumen tertulis atau elektronik. Dokumentasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk memperkuat keabsahan atau validitas hasil penelitian. Pada penelitian ini, digunakan dokumentasi berupa foto-foto yang membuktikan tentang lokasi yang sedang diteliti dan mendukung observasi yang telah dilakukan di Hotel The Oberoi Beach Resort Lombok.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu kuesioner. Ketika instrumen tersebut valid maka mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya apabila instrument itu kurang valid maka tingkat validitasnya juga rendah. Agar penelitian itu lebih teliti, sebuah item sebaiknya memiliki skor total masing – masing variable atau r hitung lebih besar daripada rtabel. Diketahui nilai r tabel (DF = N-2) sebesar 0,194. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode Pearson Correlation. Hasil dari uji validitas dapat dikatakan valid apabila kriterianya nilai sig. < 0,1. Berikut adalah hasil dari korelasi r tabel. dan r hitung dari masing – masing variabel.

**Tabel 1. Uji Validitas**

ITEM	RHITUNG	RTABEL	KETERANGAN
X1	0.752	0.194	Valid
X2	.738	0.194	Valid
X3	.729	0.194	Valid
X4	.731**	0.194	Valid
X5	.741**	0.194	Valid
Y	1	0.194	Valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur data dipercaya dengan menggunakan rumus cronboach alpha menurut Umar (2000:207). Reliabilitas item diuji dengan melihat koefisien alpha dengan melakukan reliability analisis dengan SPSS Versi 27.0. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha lebih dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas instrument dengan SPSS dalam penelitian ini dari masing - masing sebagai berikut:

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coefiens	Croanbach Alpha	Keterangan
X1	2 item	0,924	<b>Valid</b>
X2	6 item	0,823	<b>Valid</b>
X3	2 item	0,928	<b>Valid</b>
X4	2 item	0,932	<b>Valid</b>
X5	2 item	0,938	<b>Valid</b>

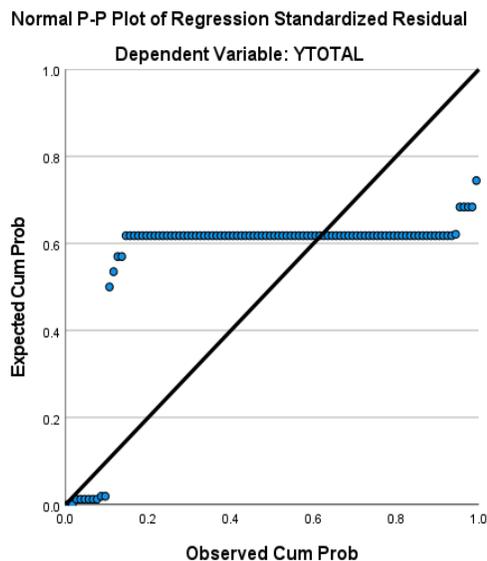
## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Kolmogorov-Smirnov Test) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas data dari residual yang diperoleh sebagai berikut:

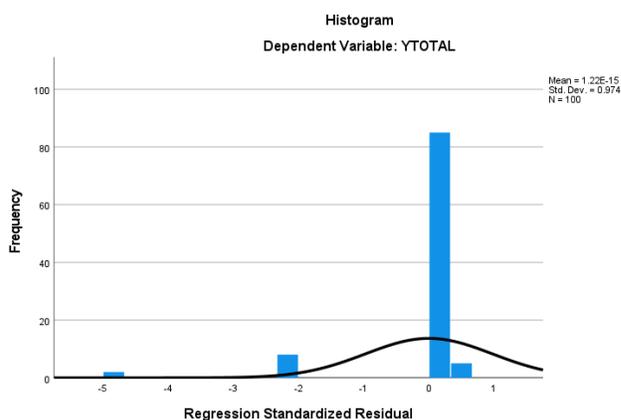
**Tabel 3 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

<b>N</b>	97
<b>Test Statistic</b>	.481
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)<sup>c</sup></b>	.000

Bedasarkan hasil uji one's sample Kolmogorov - Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) untuk keseluruhan atau secara parsial yang ditunjukkan pada Unstandarized residual menunjukkan nilai sebesar  $0.481 > 0.05$ . sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial data tersebut berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik Normal Probability plot-nya sebagai berikut:



**Gambar 1. Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot**



**Gambar 2. Uji Normalitas Histogram**

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, kita dapat melihat pada grafik histogram. Dari grafik histogram pada gambar, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna.

Selain dengan menggunakan histogram, kita juga bisa melihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P Plot berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, namun penyebarannya agak melenceng sedikit dari arah garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. (Ghozali, 2016). Hasil dari pengujian autokorelasi pada penelitian ini ditunjukkan seperti pada tabel Berikut ini :

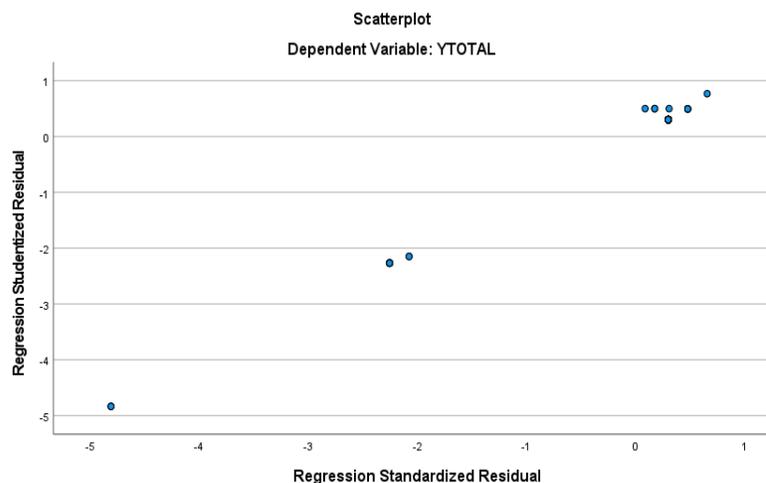
Tabel 4 Uji Autokorelasi Durbin Watson

N	97	Durbin Watson
100	.757	2.007

Menurut Uji Durbin Watson (Ghozali, 2016), nilai DW sebesar 2.007 dan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan signifikansi 5%, jumlah sampel 100 (n) dan jumlah sampel independen 5 (k = 5). Hasil statistik menunjukkan bahwa nilai DW lebih besar dari batas atas (dU) 1,7364 serta lebih kecil dari (5-dU = 1.5922),  $1.5922 < 2.007$ . Dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas tidak terdapat masalah autokorelasi.

#### 5. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas tujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varian variabel dari satu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Gejala heterokedastisitas terjadi bila disturbance term untuk setiap observasi tidak lagi konstan, tetapi bervariasi. Perhitungan heterokedastisitas dapat dilakukan dalam banyak model, salah satunya adalah dengan metode Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Apabila terjadi pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, dan apabila tidak ada pola penyebaran maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011) Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil uji heteroskedastisitas

Bedasarkan hasil uji diatas menunjukkan pola yang jelas serta titik - titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga model regresi layak dan baik dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika sudah lulus uji heterokedastisitas.

#### 6. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independen terhadap variabel prediktor yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel

ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2011). Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai variance inflation factor (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10 atau nilai tolerance  $>0,10$  maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali,2011). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai berikut:

**Tabel 5 Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
X1	.041	2.464
X2	.015	6.928
X3	.010	9.675
X4	.010	9.855
X5	.026	3.784

Dari hasil tabel 5, dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model penelitian ini.

#### 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian regresi linear sebagai berikut:

**Tabel 6 Analisis Linear Berganda**

#### *Coefficients*

Variabel	B
Konstanta	4.553
X1	0.374
X2	0.033
X3	0.121
X4	0.372
X5	0.313

Bedasarkan hasil tabel “Coefficients” di atas dapat dijelaskan tentang persamaan regresi ganda pada penelitian ini. Adapun rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.553 + 0.374 X1 + 0.033 X2 + 0.121 X3 + 0.372 X4 + 0.313 X5$$

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (Y) sebesar 4,553. Artinya jika variabel Keandalan (X1), Bukti Langsung (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) adalah 0 maka Kepuasan Tamu (Y) sebesar 4.553.
- Koefisien Regresi untuk variable Keandalan (X1) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan antara Keandalan (X1) dengan Kepuasan Tamu ( Y ) . Koefisien Regresi untuk variable Keandalan (X1) sebesar 0,374. menyatakan apabila tingkat Keandalan (X1) naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Kepuasan Tamu akan naik sebesar 0,374.
- Koefisien Regresi untuk variable Bukti Langsung (X2), bernilai positif menunjukkan adanya hubungan antara Bukti Langsung (X2), dengan Kepuasan Tamu (Y) . Koefisien Regresi untuk

- variable Bukti Langsung (X2), sebesar 0,033 menyatakan apabila tingkat Bukti Langsung (X2), naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Kepuasan Tamu akan naik sebesar 0,033.
- d. Koefisien Regresi untuk variable Ketanggapan (X3), bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan antara Ketanggapan (X3), dengan Kepuasan Tamu (Y). Koefisien Regresi untuk variable Ketanggapan (X3), sebesar 0.121 menyatakan apabila tingkat Ketanggapan (X3) naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Kepuasan Tamu akan naik sebesar 0.121.
  - e. Koefisien Regresi untuk variable Jaminan (X4) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan antara Jaminan (X4) dengan Kepuasan Tamu (Y). Koefisien Regresi untuk variable Jaminan (X4) sebesar 0.372 menyatakan apabila tingkat Jaminan (X4) naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Kepuasan Tamu akan naik sebesar 0.372.
  - f. Koefisien Regresi untuk variable Empati (X5) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan antara Empati (X5) dengan Kepuasan Tamu (Y). Koefisien Regresi untuk variable Empati (X5) sebesar 0.313 menyatakan apabila tingkat Empati (X5) naik satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Kepuasan Tamu akan naik sebesar 0.313.
8. Koefisien Deteriminasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 46)

**Tabel 7. Koefisien Deteriminasi**

R	R Square
.757 <sup>a</sup>	.572

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas Artinya Keandalan (X1), Bukti Langsung (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) terhadap Kepuasan Tamu (Y) di hotel The Oberoi Beach Resort Lombok. digunakan nilai R2, Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.12 diperoleh hasil R2 (koefisien determinasi) sebesar 0,572. Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan R2 yang dinyatakan dalam presentase. Adapun penghitungannya ialah sebagai berikut:

$$R^2 = 0,572 \times 100\% = 57,2\%$$

Artinya bahwa 57,2% kualitas pelayanan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Artinya Keandalan (X1), Bukti Langsung (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu ( Y ) di The Oberoi Beach Resort Lombok. Sedangkan sisanya 42,8% variabel Kepuasan Tamu ( Y ) akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hotel The Oberoi Beach Resort Lombok memiliki standart kerja yang sangat baik dan telah di aplikasikan oleh semua staff sesuai dengan SOP (standard operational procedure) yang di atur dalam LQA (Leading Quality

Assurance). Bahwa dari hasil pembahasan, terbukti ada pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan staff terhadap kepuasan tamu.

#### **Saran**

Dalam usaha mencapai tujuan bisnis jasa perhotelan yang sesuai dengan harapan, maka penyusun memiliki beberapa saran berikut untuk di gunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang dimaksud diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Management hotel The Oberoi Beach Resort Lombok hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan tamu yang berkunjung terpenuhi akan segala kebutuhannya.
2. Mengembangkan kembali strategi yang selama ini sudah dijalankan sambil mencari inovasi yang lainnya untuk dapat menciptakan peluang usaha bisnis yang lebih meningkat pesat dan untuk dapat mempersiapkan kemungkinan yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis pada kondisi tertentu.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunkan jasahotel rizen kedaton Bogor. 1(2), 83–101.CV Alfabeta
- [2] Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan.
- [3] Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- [4] Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Hasan, I. 2002. Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia. Bogor.
- [7] Indrasari, Meithana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: Unitomo Press
- [8] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (12th ed.). Jakarta: PT. Indeks
- [9] Kotler Philip, 2016. Manajemen Pemasaran, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- [10] Prakoso, P. A. (2017). Front Office Praktis. Administrasi dan Prosedur Kerja (1st ed.; Drs Daryanto, Ed.) Malang: PENERBIT GAVA MEDIA.
- [11] Ratu, M. A., Sagay, B. A., & Manginsela, E. P. (2018). Tingkat Kepuasan Pengunjung Objek Wisata D<sup>o</sup>moat di Desa Mooat Kecamatan Mooat, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Agri sosio ekonomi.
- [12] Ruslan, R. (2017). Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [13] Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [14] Sugiyono. 2017. Metode Penelitian bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [15] Sulaiman, S., dan Kusherdyana. 2013. Pengantar statistika pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Windasuri, H dan S. Hyacintha. 2017. Excellent Service. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.