

***Public Relation* Dalam Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel Melalui Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas (Studi Kasus Di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel)**

Yani Wijaya¹, Happy Prasetyawati¹

¹Program Studi Public Relations, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi

¹Ywija179@gmail.com, ²Happy.p.hendrotomo@gmail.com

^{)}: Corresponden Author*

Abstrak- Sektor pariwisata yang merupakan sumber devisa negara dan sektor usaha yang dapat mempertahankan kebudayaan negara, saat ini kembali bangkit setelah efek negatif dari pandemi yang telah berlalu. Sektor Pariwisata sedang memulihkan kembali usahanya terlebih lagi di bidang perhotelan. Penelitian yang bertemakan *Tourism on Communication* ini akan membahas upaya mengembalikan minat para tamu hotel. Para pengusaha perhotelan lewat *Public Relation*nya tengah berupaya mendapatkan kembali minat masyarakat. Sebagai pengantar komunikasi antara pihak hotel dan masyarakat atau tamu, *Public Relation* secara profesional mengoptimalkan kualitas pelayanan dan fasilitas hotel untuk dapat diberikan kepada tamu guna mendapatkan kepuasan tamu. Atas dasar tersebut penelitian ini akan meneliti pengaruh antara Kualitas Pelayanan & Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu dengan contoh studi kasus di Hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City yang merupakan hotel bintang 5 internasional, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui sebar kuesioner dan teknik Convenience Sampling. Hasil penelitian yang ditemukan adalah adanya pengaruh positif dan kuat serta hubungan yang sangat kuat antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sheraton Grand Jakarta. Dari hasil penelitian tersebut, *Public Relation* dengan jelas dapat menjalankan perannya sebagai komunikator tak hanya kepada tamu, melainkan menyampaikan hal *improvement* kepada pihak hotel.

Kata Kunci : Pariwisata, Perhotelan, *Public Relation*, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Tamu.

Abstract-*The tourism sector, which is a source of foreign exchange for the country and a business sector that can maintain the country's culture, is currently recovering after the negative effects of the pandemic have passed. The tourism sector is recovering its business, especially in the hospitality sector. This research, with the theme Tourism on Communication, will discuss efforts to restore the interest of hotel guests. Hotel entrepreneurs through their Public Relations are trying to regain public interest. As an introduction to communication between the hotel and the public or guests, Public Relations professionally optimizes the quality of hotel services and facilities to be provided to guests in order to obtain guest satisfaction. On this basis, this research will examine the influence of Service Quality & Facilities on Guest Satisfaction with the example of a case study at the Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel which is an international 5 star hotel. This research uses descriptive quantitative methods with data collection techniques through distributing questionnaires and convenience techniques. Sampling. The research results found were that there was a positive and strong influence and a very strong relationship between Service Quality and Facilities on Guest Satisfaction at the Sheraton Grand Jakarta Hotel. From the results of this research, Public Relations can clearly carry out its role as a communicator not only to guests, but also to convey improvements to the hotel.*

Keyword : *Tourism, Hospitality, Public Relation, Service Quality, Facilities, Guest Satisfaction.*

1. PENDAHULUAN

Menurut Kemenpar no. 13 Tahun 2020, “Pariwisata melibatkan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dan kunjungan ke tempat-tempat wisata. Ini mencakup aspek-aspek seperti transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, kegiatan rekreasi, dan layanan lainnya yang diperlukan untuk memberikan pengalaman positif bagi para wisatawan.” Pariwisata adalah area bisnis yang memainkan peran penting dalam memperluas pembayaran keuangan negara. Dalam Kemenpar no. 13 Tahun 2020 ada 8 (delapan) usaha dari sektor pariwisata yang telah tersertifikasi, antara lain menggabungkan tujuan liburan, area industri perjalanan, layanan transportasi wisata, layanan makanan dan minuman, pemasok kenyamanan, mengatur pertemuan, acara dorongan, pertemuan dan presentasi,

menyiapkan hiburan dan kegiatan olahraga serta menyirami industri perjalanan. Kontribusi usaha yang disebutkan di atas adalah menyediakan barang dan/atau jasa untuk wisatawan dimana pengunjung merupakan wisatawan mancanegara maupun internasional. Wisatawan yang datang untuk berlibur maupun bekerja akan datang menghabiskan uang pada transportasi, pangan, akomodasi, rekreasi, dan lain-lain-. (Kemenparekraf, 2020).

Masih dikutip dalam Kementerian Pariwisata no. 13 Tahun 2020 menyatakan usaha sedia fasilitas adalah perihal pemberian administrasi tempat inap kepada turis yang sekiranya dilengkapi dengan penyelenggaraan industri perjalanan lain dan usaha penginapan adalah perihal pemberian kemudahan secara konsisten sebagai kamar dalam 1 bangunan atau lebih, yang termasuk hotel, motel, wisma, yang terlengkapi dengan administrasi, konsumsi, hiburan, ataupun fasilitas yang mungkin berbeda. (Kemenparekraf, 2020)

Hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City yang berlokasi di Jakarta Selatan merupakan bisnis hotel yang mempunyai total kamar sebanyak 293 kamar. Hotel Sheraton Grand memberikan fasilitas mulai dari kolam renang, *gym, spa*, ruangan acara/*meeting*, restoran sampai dengan *room service* yang pastinya akan berhubungan langsung tamu serta penilaian para tamu terhadap kepuasannya tersendiri. Dalam hal ini, tidak luput juga peran serta dari para kinerja karyawan atau sumber daya manusia dalam mendapatkan nilai tambah dari tamu dari sisi pelayanannya. Sektor pariwisata termasuk hotel, faktor sumber daya manusia sangat penting dalam memajukan organisasi, terlebih hotel merupakan organisasi berbasis jasa. Sumber Daya Manusia di Hotel Sheraton Grand Jakarta sangat cukup berkompeten dalam kerjanya, mereka sangat menjunjung tinggi nilai pelayanan yang ada, pelayanan mereka tidak diragukan lagi dikarenakan telah mendapatkan beberapa penghargaan dalam pelayanan seperti *Travelers' Choice Winner - Tripadvisor 2020, the Best Country Luxury Hotel 2019 - World Luxury Hotel Awards*. (Kemenparekraf, 2020).

Industri perhotelan di Indonesia sangat berkembang dan kompetitif, banyak hal yang harus dilakukan yaitu mengoptimalkan fungsi *Public Relation* bukan hanya untuk sekedar menawarkan “keramah tamahan” saja, melainkan kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan tamu. (Kemenparekraf, 2020)

Public Relation adalah bagian terpenting dalam membangun *brand image* yang kuat pada industri perhotelan. *Brand image* yang dikatakan menurut Firmansyah (Firmansyah, 2018) adalah karena pentingnya persepsi merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan, banyak merek berusaha keras untuk mengelola citra merek mereka melalui strategi pemasaran yang tepat, fokus pada kualitas produk dan layanan, dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang yang positif. Sudah merupakan hal yang umum bagi setiap hotel berlomba-lomba mendapatkan perhatian tamu-tamu hotel, baik itu yang statusnya sudah sering menginap di hotel maupun orang-orang awam yang belum berpengalaman memakai fasilitas hotel. Berkat kinerja dari *Public Relation* yang dapat memasarkan hotel dengan baik, saat ini bisnis hotel makin meningkat khususnya setelah melewati masa-masa pandemi. Hotel Sheraton Grand sendiri menerapkan sistem penilaian tamu terhadap nilai kepuasan memakai fasilitas hotel maupun nilai dari pelayanan karyawan yang biasanya disebut *Guest Voice*.

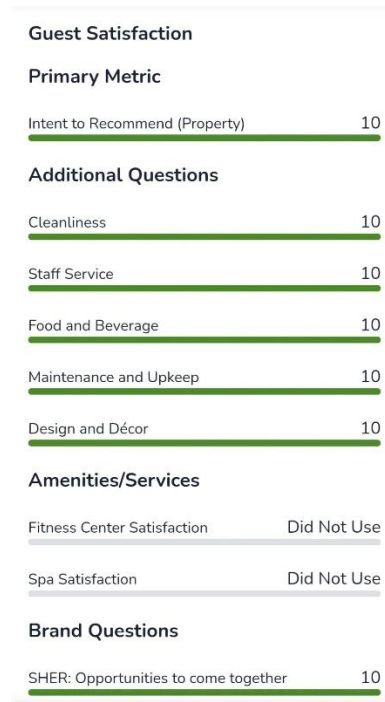
Dari penilaian tersebut maka dapat berpengaruh kepada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terlebih lagi di bidang perhotelan berpusat pada kepuasan kebutuhan kualitas tamu. Kepuasan tamu sebagai suatu ukuran pelayanan yang diberikan dengan tujuan memenuhi harapan setiap tamu menurut Abdullah (Ali et al., 2021).

Seperti yang dikatakan Kotler pada tahun 2004 yang dikutip melalui jurnal (Junior et al., 2019) mengatakan kinerja produk atau layanan melebihi harapan/keinginan para pelanggan dan akan muncul perasaan *happy* dan kepuasan pelanggan meningkat. Namun, jika kinerja produk atau layanan di bawah harapan, pelanggan bisa merasa kecewa dan puas terhadap pengalaman yang mereka alami.. Hotel dapat

dikatakan berhasil apabila pelayanan yang diberikan untuk tamu dapat melebihi harapan dan dapat memberikan kepuasan.

Selain itu, Hotel dituntut untuk mampu menjaga setiap fasilitas yang dipunyai guna membuat tamu nyaman. Mengetahui keinginan tamu untuk mengambil keputusan dalam memilih fasilitas dan/atau sarana wisata sangat penting bagi pengelola wisata. Mengetahui keinginan tamu juga sangat membantu dalam menentukan skala prioritas dalam menciptakan produk atau pelayanan terbaru yang sesuai dengan fasilitas yang diinginkan dan dibutuhkan oleh tamu (Fermani et al., 2020).

Kualitas produk menurut Marpaung merupakan karakteristik produk yang didalamnya ada upaya untuk memenuhi kebutuhan & keinginan konsumen. Dalam hal ini, kualitas produk yang dimaksud adalah kualitas yang diberikan oleh Hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City baik itu dari segi kualitas pelayanan maupun fasilitas dengan tujuan meraih minat dan meningkatkan citra positif yang diberikan oleh tamu kepada hotel melalui penilaian kepuasan. (Marpaung & Mekaniwati, 2020)



Gambar 1. Tabel Penilaian Tamu
Sumber : Data Sekunder, (April 2023)

Satisfaction			
Time Period: Current Year - Month Split (2023 YTD) Reporting Date: Response Date			
	Current Year - Month Split (2023 YTD)		
	Jan	Feb	Mar
# of responses	285	236	249
Primary Metric			
Intent to Recommend (Property)	81.5	79.4 o	82.4 o
Loyalty			
Elite Appreciation	81.0	81.2	81.8 o
Additional Questions			
Cleanliness	80.8	84.1 o	76.1 o
Staff Service	82.1	81.0 o	83.1 o
Food and Beverage	66.7	65.0 o	54.3 o
Maintenance and Upkeep	75.6	77.8 o	73.2 o
Design and Decor	70.5	66.7 o	66.2 o
Amenities/Services			
Fitness Center Satisfaction	56.7	76.2	69.2 o
Spa Satisfaction	47.1	75.0	88.9
Restaurant Measurement			
Restaurant Service	75.0	80.2 o	75.8 o
Restaurant Quality of Food	68.4	75.0 o	59.6 o
Brand Questions			
SHER: Opportunities to come together	71.1	65.6 o	70.0 o

Gambar 2. Tabel Penilaian per Tamu

Sumber : Data Sekunder, (Maret 2023)

Gambar diatas merupakan data yang diambil langsung dari hotel dan dapat diartikan dari data tersebut bahwa Hotel Sheraton Grand Jakarta mendapatkan berbagai macam penilaian dari tamu pada sisi pelayanan dan fasilitas. Dan masing-masing tamu dapat memberikan penilaian melalui sistem yang dikirim ke email, dapat dilihat di gambar kedua.

Dengan latar belakang berikut maka peneliti akan mengangkat judul **“Public Relation dalam mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel Melalui Kualitas Pelayanan dan Fasilitas”**

2.TINJAUAN LITERATUR

Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan tiga jurnal sebagai acuan dalam menulis jurnal ini. Berkaitan dengan perhotelan dan kualitas pelayanan, peneliti mengambil contoh dari penelitian Ramon Hurdawaty & Anwar Subhan dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Horison Bekasi”. Penelitian ini memiliki kesamaan pada variabel X yaitu Pelayanan. Melalui penelitian tersebut hasil dari kineja sangat baik dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Jurnal kedua yang peneliti pahami adalah jurnal berjudul “*Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality.*” Karya dari penulis Bayad Jamal Ali dkk. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan masih sama yaitu mengenai kualitas pelayanan untuk variabel X dan penilaian tamu sebagai variabel Y dan hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan terbukti mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan kecuali *Realibility* mempunyai hubungan negatif.

Jurnal terakhir yang peneliti ambil adalah karya ilmiah dari Ibrahim Cetin, dkk dengan judul “*Innovation and Service Design in Brand Resort Hotel*”. Karya ini berkaitan dengan inovasi dan

hubungan pelayanan, dimana dalam jurnal ini menghubungkan konsep fasilitas dan pelayanan sebagai hasil efektif dalam mendapatkan penilaian bagus dari tamu. Menggunakan penelitian kuantitatif, responden menyadari pentingnya design layanan dari industri perhotelan untuk mendapatkan pasar pemasaran.

Public Relation

Berbicara mengenai pemasaran dan citra, otomatis akan mengarahkan kita kepada peran seorang *Public Relation*. Dalam penelitian ini, peneliti akan menjabarkan pengaruh kualitas pelayanan & fasilitas terhadap kepuasan tamu melalui sudut pandang seorang *Public Relation*. Biasanya, pencitraan sebuah perusahaan sangat berkaitan erat dengan seorang *Public Relation*. *Public Relation* memakai pendekatan yang signifikan dengan menggunakan konsep komunikasi. (Zainal Mukarom & Laksana, 2015)

Komunikasi adalah proses pengiriman simbol-simbol yang mengandung makna dari komunikator kepada komunikator untuk tujuan tertentu (Putri, 2019). Sama halnya dengan seorang *Public Relation* yang bekerja di Hotel. Peran serta fungsinya yang sangat besar dapat membantu hotel mendapatkan banyak ulasan bagus dari para tamu. Dari sisi kualitas pelayanan contohnya hubungan timbal balik antara hotel dan tamunya merupakan langkah yang harus dilakukan agar tamu mendapatkan apa yang diinginkannya. Kemudian peran seorang *Public Relation* dari sisi fasilitas hotel adalah memastikan bagian fisik dari hotel apakah masih layak digunakan guna menghindari komentar jelek dari tamu. *Public Relation* bertugas untuk memberikan informasi mengenai keadaan internal dan eksternal kepada karyawan dan pihak hotel terkait (Sulistiyawati & Pertiwi, 2018).

Erat hubungannya dengan strategi pemasaran. PR dapat menggunakan komunikasi massa yang bertujuan agar masyarakat mendapatkan informasi terbaru. Komunikasi ini mempunyai efek yang berhubungan dengan emosi atau perasaan, oleh karena itu, para tamu atau masyarakat luas bisa mendapatkan pengalaman yang terbaik di hotel. (Oktavia & Widiyanto, 2022).

Mempertahankan reputasi bagi perusahaan lebih sulit dan tak hanya memberikan produk atau jasa, namun diperlukan juga adanya hubungan timbal balik antar perusahaan dan masyarakat. Interaksi ini mempunyai hasil yang baik untuk mengembangkan citra. (Mustika, 2019)

Kualitas Pelayanan

Menurut Tony Wijaya dalam bukunya menyebutkan bahwa kualitas administrasi adalah proporsi seberapa baik tingkat administrasi yang diberikan dapat sesuai dengan asumsi klien ataupun melebihiinya (Wijaya, 2015). Adapun menurut Arianto, menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berfokus untuk terpenuhinya kebutuhan dan juga syarat serta memiliki ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (Arianto, 2018). Adapun keterangan tersebut maka bisa disimpulkan bahwa segala sesuatu yang diputuskan oleh perusahaan mengenai kebutuhan pelanggan harus sesuai dengan harapan pelanggan serta dapat memberikan usaha yang lebih agar setiap keputusan dapat dijalankan atau dilaksanakan sesuai dengan waktu tepat. Yang dimaksud pelanggan dalam penelitian ini adalah para tamu hotel.

Berikut adalah indikator dari kualitas pelayanan yang dikutip menurut Fitzsimmons dalam (Zaenal Mukarom & Laksana, 2015) adalah sebagai berikut:

1. *Reliability*, mengacu pada kegiatan pemberi kualitas pelayanan secara cepat tanggap, tepat dan benar.
2. *Tangibles*, berhubungan dengan sumber daya yang kompeten
3. *Responsiveness*, merupakan kesediaan dan kemampuan melayani tamu dengan cepat
4. *Assurance*, sikap melayani tamu dengan sopan dan beretika serta dapat membangun kepercayaan dari para tamu.

5. *Empathy*, Tingkat kemampuan untuk memahami kebutuhan tamu dan memberi perhatian lebih kepada tamu.

Fasilitas

Fasilitas adalah bagian fisik untuk memberikan kemudahan bagi para tamu untuk dapat menjalankan aktifitasnya sehingga kebutuhan para tamu dapat dipenuhi selama menginap di hotel seperti yang dikatakan oleh Sulatiyono. (Eka Arista Ramayanti et al., 2017). Maka dari itu Fasilitas merupakan bagian fisik yang dapat ditawarkan kepada tamu untuk dipakai sesuai dengan kegunaannya dan memberikan kepuasan dan kemudahan beraktifitas. Fasilitas berkaitan erat tamu.

Indikator Fasilitas

Tjiptono (2014:317) menguraikan bahwa ada beberapa komponen yang harus diperhatikan dalam menentukan fasilitas (Alana & Putro, 2020), yaitu:

1. Perencanaan Ruang

Dalam unsur yang terpenting adalah desain interior dan arsitektur, contohnya peletakan perlengkapan di dalam ruangan, perencanaan aliran sirkulasi udara maupun air. Dan juga perencanaan dalam menentukan ruang pertemuan (*meeting room*) harus didasari pada daya tampung ruangan dan letak perabotan yang memadai,

2. Perlengkapan

Sebagai sarana pelindung barang berharga,

3. Pencahayaan

Hal yang dapat difokuskan dalam pencahayaan ini berupa warna, jenis ,dan sifat dari aktifitas yang akan dijalankan dan diinginkan di ruang tersebut

4. Warna

Warna yang dipilih harus juga dipikirkan untuk dapat meningkatkan kesan kecocokan aktifitas, nyaman, dan dapat mewaspadai tingkat kecelakaan. Warna untuk ruangan desain jasa perlu berhubungan dengan efek perasaan.

5. Perencanaan Parsial

Dari keempat unsur yang sudah disebutkan di atas, semua unsur harus dikembangkan dan dikombinasikan untuk dapat menarik perhatian konsumen / tamu.

6. Pesan Grafis

Unsur ini digunakan untuk penyampaian pesan secara grafis yang meliputi tampilan fisik, penempatan, bentuk, warna, dan tata cahaya.

Dalam penelitian ini yang dibutuhkan hanya 3 unsur untuk dijadikan alat ukur penelitian yaitu, perencanaan ruangan, perlengkapan dan pencahayaan.

Kepuasan Tamu

Handi Irawan dalam (Abdul Gofur, 2019), mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu, adalah:

1. Kualitas Produk

Merupakan faktor utama dalam memberikan pelayanan, tamu akan puas apabila perusahaan dapat memberikan kualitas yang bagus.

2. Harga

Semakin murah harga semakin banyak diminati oleh konsumen, namun apabila berbicara tentang kepuasan, ada beberapa pihak yang tidak keberatan apabila harga pasar lebih mahal, mereka percaya semakin mahal harga maka akan mendapatkan produk yang lebih bagus (*value for money*).

3. Kualitas Pelayanan

Komponen yang sudah dibahas di awal, bahwa pelanggan/tamu akan puas begitu keinginan dapat dipenuhi oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi.

4. Faktor Emosional

Contohnya adalah apabila ada pelanggan yang membeli produk dan suka dengan desain produk tersebut, maka tanpa ragu pelanggan tersebut akan membeli produknya.

5. *Lost Customer Analys*

Metode ini yang biasanya dilakukan oleh perusahaan, dalam studi kasus ini adalah hotel melakukan riset atau analisis mengenai tamu yang berhenti berlangganan dan pergi ke hotel lain. Hotel akan mencari info bagaimana terjadinya hal tersebut. Metode ini sangat bermanfaat untuk hotel dalam meningkatkan kepuasan tamu dan kesetiaan tamu.

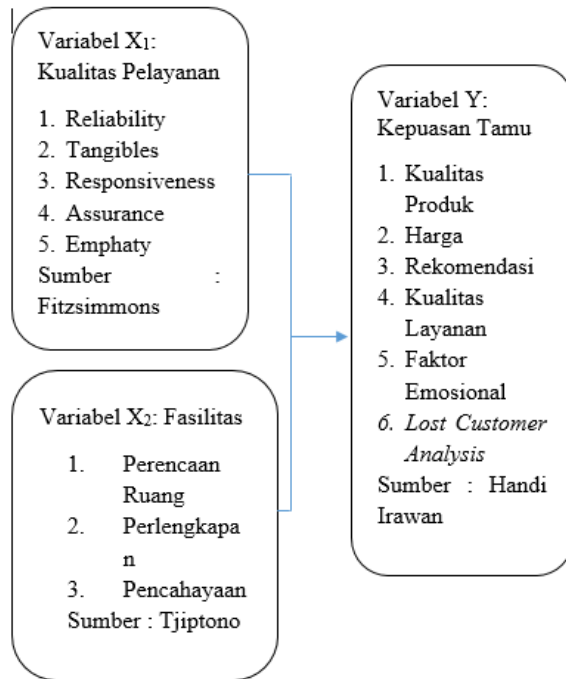
Kutipan menurut Barkley dan Taylor menyatakan kepuasan adalah kualitas, yang dapat diukur melalui *Total Customer Satisfaction (CSI)* dan prosesnya yang disebut dengan *Customer Driven Project Management (CDPM)* (Saleh, 2013). Salah satu faktor keberhasilan suatu bisnis adalah mendapat laba (*Profit*) dengan cara memuaskan tamu dan mendapatkan nama dan citra yang baik di mata publik, sehingga dapat dengan mudah mendapatkan tamu baru dan tamu reguler dengan tingkat loyalitas yang tinggi. Dan juga Tjiptono berhasil menemukan teori bahwa tingkat kepuasan seseorang dapat diukur setelah membandingkan dan merasa pelayanan /kinerja yang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan tamu adalah perbedaan antara harapan tamu dengan tindakan dari perusahaan dalam upaya memberikan aksi riil dari harapan tamu tersebut. (Tjiptono, 2023).

Berkaitan dengan teori dari Donni Juni Priansa (2017:210), yang menyatakan bahwa ada lima elemen yang berhubungan dengan kepuasan tamu, yaitu harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman, dan konfirmasi. (Mathematics, 2016)

Tindakan yang melebihi harapan tamu dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terlebih lagi apabila setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan berasal dari hati, seperti yang diutarakan oleh John Willard Marriott (1928), "*Put People First*" yang merupakan salah satu *core value* hotel Marriott International, dimana dalam hal ini beliau mengatakan awal mulanya kita harus memperhatikan kebutuhan karyawan, dengan begitu akan merasa senang dan merasa terapresiasi atas hasil kerjanya dan karyawan akan melakukan hal yang sama dengan hasil kerjanya terlebih lagi apabila menyangkut keinginan tamu. Dengan ini indikator yang tepat dalam mendapat kepuasan tamu adalah pelayanan yang baik, sesuai bahkan melebihi harapan, masalah terselesaikan, tamu dapat merekomendasikan hotel dan keinginan untuk kembali ke hotel besar, serta mendapatkan citra yang baik. Faktor yang dibutuhkan dalam mendapat kepuasan tamu adalah kualitas dari kinerja dan pelayanan. (Kepariwisata & Hospitalitas, 2020)

Model Analisis:

Gambar 3. Model Analisis



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, (2023)

Hipotesis Penelitian

1. $H_{O1} = 0$ (Diduga tidak terdapat pengaruh antara Kwalitas Pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)
2. $H_{A1} \neq 0$ (Diduga terdapat pengaruh antara Kwalitas Pelayanan terhadap kepuasan tamu/pelanggan di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)
1. $H_{O2} = 0$ (Diduga tidak terdapat pengaruh antara fasilitas hotel terhadap Kepuasan Tamu/pelanggan di H0tel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)
2. $H_{A2} \neq 0$ (Diduga terdapat pengaruh antara fasilitas hotel terhadap Kepuasan Tamu/Pelanggan di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)

3. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Model Penelitian

Sesuai dengan hipotesis,peneliti memakai metode kuantitatif. Berdasarkan Sugiyono metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode telitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, dipakai untuk meneliti beberapa populasi atau sampel, data dikumpulkan dan digunakannya alat penelitian, analis data/sumber bersifat kuantitatif/statistik, dan tujuannya difokuskan untuk uji hipotesis yang sudah ditetapkan. Metode ini merupakan metode yang cukup lama digunakan untuk penelitian dengan data penelitian yang berupa angka dan statistik. Penelitian yang akan dipakai yaitu pendekatan deskriptif dimana bertujuan untuk memberikan deskripsi terhadap permasalahan yang ada. (Sugiyono, 2017)

Teknik Pengumpulan Data

Ada tiga cara pengumpulan data kuantitatif seperti yang diutarakan oleh Sugiyono yakni : a. kuesioner (angket); b. interview (wawancara); c. observasi (pengamatan). (Sugiyono, 2017)

Observasi

Teknik pengumpulan data Teknik pencatatan dengan mengumpulkan data dari Sheraton Grand Jakarta berupa sejarah organisasi, visi dan misi organisasi, konstruksi hirarki dan gambaran umum hotel Sheraton Grand Jakarta.

Teknik pengumpulan ini memungkinkan diperolehnya data yang benar-benar valid dan reliabel. Data yang didapat akan diklasifikasikan menjadi 2 jenis, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber esensial yakni informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya, sedangkan sumber tambahan adalah informasi yang tidak diperoleh langsung dari sumbernya. Dalam pemeriksaan ini, data primer akan dikumpulkan melalui kuesioner (pertanyaan) dengan menggunakan skala Likert. (Sugiyono, 2013)

Kuesioner

Menggunakan kuesioner yang dibuat oleh peneliti, data primer ini dikumpulkan melalui survei. Jajak pendapat ini diperoleh dari penunjuk variabel, kemudian penanda tersebut digunakan sebagai semacam perspektif untuk mengurutkan item instrumen sebagai penjelasan. Jajak pendapat adalah suatu langkah pemikiran dari pengumpulan info yang dilakukan dengan cara diberikannya sejumlah pernyataan atau penjelasan tertulis kepada responden untuk dibalas. Pernyataan dengan lima pilihan jawaban membentuk kuesioner. Peserta dalam kuesioner diminta untuk memilih salah satu tanggapan yang tersedia. Skala Likert adalah salah satu yang dipakai sebagai pengukur sikap, pendapat, dan asumsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. (Sugiyono, 2013)

Penelitian ini nilai masing-masing jawaban adalah:

Apabila responden menjawab sangat setuju skornya yaitu 5, apabila responden menjawab setuju dan skornya yaitu 4, , apabila responden menjawab netral/cukup maka skornya yakni 3, apabila responden menjawab tidak setuju maka skornya adalah 2 dan , apabila responden menjawab sangat tidak setuju maka skornya adalah 1.

Sebelum mengumpulkan survei, gagasan instrumen yang pertama kali dibuat dapat mencerminkan *item* dalam tinjauan hipotetis. Gagasan ini tergambar dalam faktor dan petunjuk yang disesuaikan dengan tujuan eksplorasi yang ingin dicapai.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan kesimpulan global dari wilayah yang terdiri atas: objek/subjek yang dipilih oleh peneliti agar dipelajari dan kemudian kesimpulannya dapat ditarik. Objek/Subjek ini mempunyai kualitas (jumlah/kuantitas) dan karakteristik (sifat). Populasi yang akan diteliti dalam penelitian akan meliputi karakteristik serta sifat-sifat daripada objek penelitian (Sugiyono, 2013)

Di penelitian berikut, populasi yang telah ditentukan merupakan tamu reguler (membership) dari Sheraton Grand Jakarta. Member yang diketahui dari adalah 5.984 tamu, jumlah ini berdasarkan angka keanggotaan yang didaftarkan pada bulan Januari 2023 sebanyak 1.192 anggota, bulan Februari 2023 berjumlah 2.200 anggota dan Maret 2023 berjumlah 2.592 anggota tamu. Data tersebut Peneliti dapatkan dari sumber Sekunder yaitu melalui Front Office Manager, Pak Yohanes Arbata atau dapat dilihat

melalui website Marriott Global Source, platform yang digunakan oleh karyawan Marriott International untuk mengakses segala informasi yang berkaitan dengan pekerjaannya.

Sampel

Sampel adalah bagian kualitas dan karakteristik dari suatu populasi. Pengumpulan data tidak dapat dilakukan dari populasi yang besar karena peneliti tidak dapat mempelajari semuanya, contohnya karena waktu yang terbatas, ongkos/biaya dan tenaga maka peneliti mengambil sampel untuk digunakan dan dipelajari lalu kesimpulannya digunakan sebagai representatif data dari populasi. Sampel tidak boleh tidak *representative* karena sampel yang akan mewakili seluruh data yang ada di populasi tersebut, jika sampel tidak mewakili maka data tidak akan valid (Sugiyono, 2013)

Sampel representatif merupakan faktor penting dalam menentukan apakah penelitian dapat memberikan informasi yang bermakna dan berkualitas yang dapat mewakili karakter dari populasinya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* yang seluruh populasinya tak berpeluang sama bagi seluruh anggota untuk menjadi unsur sampling, (Sugiyono, 2013). Dalam memutuskan jumlah sampel, rumus yang dipakai yaitu rumus Slovin yang mengukur tingkat proporsi populasi, tingkat keandalan atau tingkat kepercayaannya sebesar 10% ($\alpha = 0,1$) dan galat pendugaan/ taraf signifikansi ditentukan sendiri oleh peneliti. (Sugiyono, 2013). Rumus Slovin dinyatakan dengan:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

a^2 : galat pendugaan

Berikut adalah rumus perhitungannya

:

$$n = \frac{5.984}{1 + (5.984)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.984}{1 + (5.984)(0,01)}$$

$$n = \frac{5.984}{1 + (59,84)}$$

$$n = \frac{5.984}{60,84}$$

$$\underline{\underline{n = 98.37}}$$

Didapatkan jumlah dari ukuran sampel sebanyak 98,37 yang dapat dibulatkan menjadi 99 orang dari 5.984. Pengambilan sampel tersebut dilakukan dengan menggunakan kriteria bahwa responden merupakan tamu dari hotel Sheraton Grand Jakarta.

Dari ukuran sampel 99 orang yang akan diambil responnya menggunakan teknik *Convenience Sampling / Non Probability Sampling*.

Keabsahan Penelitian

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk penelitian ini adalah *software* SPSS versi 26.0.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Persoalan akurasi, konsisten, & stabilitas yakni masalah yang dihadapi pada saat mengukur keakuratan data. Instrumen yang efektif dan memiliki akurasi adalah persyaratan seutuhnya untuk memperoleh hasil penelitian yang sah dan terpercaya. Hal ini bukan berarti bahwa hasil dari penelitian (data) secara otomatis menjadi valid dan reliabel dengan menggunakan alat bantu yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Dengan memakai alat pengumpulan data yang sah dan reliabel, temuan diharapkan valid dan reliabel (Sugiyono, 2013)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ditujukan agar dapat mengetahui hubungan / korelasi antara masing-masing variabel dan membedakan apakah terjadi multikolinearitas dengan melihat *Fluktuasi Expansion Variable (VIF)* dan *Resilience*. Pengambilan keputusan dasar model regresi yang bebas multikolinearitas adalah batas nilai VIF adalah 10, dan nilai VIF harus kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0.1 (Priyastama, 2017)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji terjadinya suatu ketidaksamaan variansi dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Dan hasilnya yaitu tidak menemukan heteroskedastisitas pada hasil.

Penelitian ini teruji heteroskedastisitasnya menggunakan Uji *Spearman's Rho* karena merupakan salah satu cara yang paling akurat. Kriteria pengambilan adalah nilai signifikansi lebih dari ($>$) 0.05, diartikan tidak ada heteroskedastisitas (Priyastama, 2017)

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2021) dengan melihat kuatnya hubungan dari variabel *independent* dan *dependen* secara bersamaan dan dilakukan uji koefisien korelasi dan determinasi. (Savira Sanida & Prasetyawati, n.d.)

Uji Regresi

Analisis Regresi Linear Sederhana

Peneliti memakai uji regresi linear sederhana agar dapat menganalisa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. (Sugianto, Hendratono, T., & Sudibyo, 2015)

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*) yakni analisis regresi yang bertujuan menganalisis bentuk hubungan antara variabel dependen (Y) dengan beberapa variabel Independen (X) (Sugiarto, Hendratono, T., & Sudibyo, 2015)

Rumus yang digunakan untuk menghitung regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (kepuasan kerja)
 X_i = Variabel bebas
 a = Konstanta

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji variabel yang berpengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap kepuasan tamu (Y) di Hotel Sheraton Grand Jakarta secara sendiri (parsial) dan digunakan uji t, (Priyastama, 2017b). Adapun ciri-ciri pengambilan keputusan uji t adalah :

- Apabila $\alpha < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hipotesis kemudian diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen (variabel X) memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen (variabel Y).
- Apabila $\alpha > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hipotesis kemudian tidak diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen (variabel X) memiliki tidak pengaruh parsial terhadap variabel dependen (variabel Y).

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

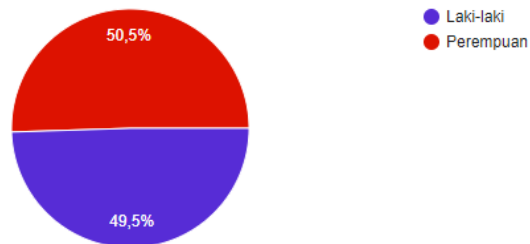
Uji F digunakan untuk menguji variabel berpengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) & Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Hotel Sheraton Grand Jakarta secara bersama-sama (simultan) (Priyastama, 2017b). Adapun ciri-ciri pengambilan keputusan uji F adalah :

- Apabila $\alpha < 0,05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$, hipotesis kemudian diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen.
- Jika $\alpha > 0,05$ atau $f_{hitung} < f_{tabel}$, hipotesis/dugaan tidak diterima, yang menunjukkan tidak adanya pengaruh pada variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

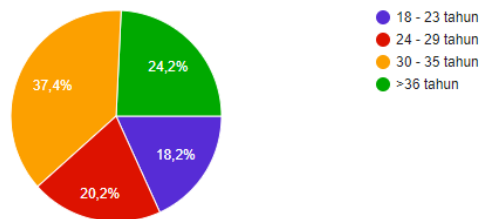
Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melibatkan 99 responden yang dimana responden tersebut berperan sebagai sampel representatif yang diteliti dari hotel Sheraton Grand Jakarta berdasarkan pada kriteria yang telah peneliti tentukan sebelumnya. Karakteristik dari responden yang telah ditentukan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu responden harus merupakan anggota dari

Tamu Sheraton Grand Jakarta. Dari kuesioner yang telah disebar, hasil data yang diperoleh akan di analisis dan akan disajikan dalam bentuk tabel yang berisikan frekuensi.



Gambar 4. Jenis Kelamin

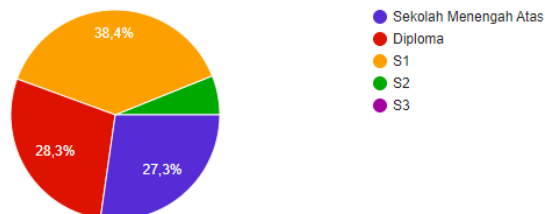
Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023



Gambar 5. Usia

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Usia produktifitas seseorang tingkat produktivitas. Seseorang yang berusia sekitar 15 – 50 tahun, batas ini digunakan untuk menilai kelayakan suatu tugas dalam mencapai tujuan seperti kemampuan beradaptasi lebih cepat dalam lingkungan pekerjaan (Mustika, 2019). Berdasarkan gambar 5, mayoritas tamu yang memberikan respon berusia dari 30 sampai 35 tahun sejumlah 37 responden (37,4%), dapat dilihat bahwa Sheraton Grand memiliki tamu yang tujuannya untuk berlibur atau melakukan rapat di hotel.

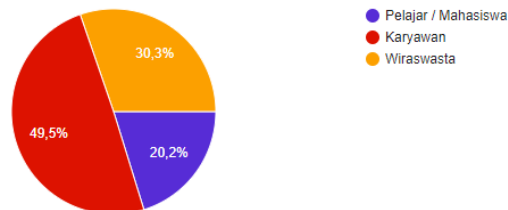


Gambar 6. Tingkat Pendidikan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

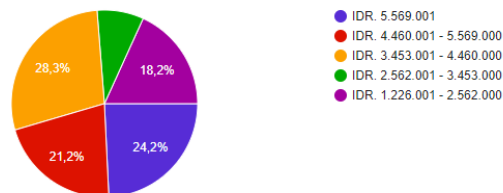
Tingkat pendidikan juga sangat dibutuhkan untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas (Mustika, 2019). Berdasarkan gambar 6, tingkat pendidikan akhir responden mayoritas merupakan

lulusan sarjana dengan jumlah 38 responden (38,4%) dimana tingkat pendidikan dapat membantu mempermudah untuk seseorang dalam meningkatkan kapabilitas dan kualitas hidupnya.



Gambar 7.Pekerjaan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023



Gambar 8.Pengeluaran per bulan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam melakukan kegiatan penelitian ini, peneliti menguji hasil validitas kuesioner. Dari pengujian tersebut didapatkan hasil dari 42 pernyataan dari kuesioner yang telah disebarikan melalui google form. Jika nilai rhitung lebih besar dibandingkan r tabel, maka pernyataan yang telah dibagikan kepada responden tersebut adalah hasil yang valid.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian terhadap 99 responden yang akhirnya mendapatkan hasil dari 42 pernyataan dari kuesioner yang telah disebarikan. Jika nilai dari rhitung lebih besar daripada rtabel ($r_{tabel} = 0,197$), maka didapatkan pernyataan yang telah diajukan kepada responden adalah pernyataan yang valid. Dibawah ini adalah tingkat validitas semua item pernyataan dari kuesioner yang telah peneliti susun seperti berikut:

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan

No	r-hitung	r-tabel	Hasil
1	.836	.197	Sah
2	.868	.197	Sah
3	.780	.197	Sah
4	.781	.197	Sah

5	.843	.197	Sah
6	.725	.197	Sah
7	.799	.197	Sah
8	.858	.197	Sah
9	.900	.197	Sah
10	.844	.197	Sah
11	.767	.197	Sah
12	.825	.197	Sah
13	.768	.197	Sah
14	.854	.197	Sah
15	.845	.197	Sah

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel fasilitas

No	r-hitung	r-tabel	Hasil
1	.872	.197	Sah
2	.828	.197	Sah
3	.910	.197	Sah
4	.852	.197	Sah
5	.854	.197	Sah
6	.882	.197	Sah
7	.884	.197	Sah
8	.878	.197	Sah
9	1	.197	Sah

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel kepuasan tamu

No	r-hitung	r-tabel	Hasil
1	.862	.197	Sah
2	.802	.197	Sah
3	.858	.197	Sah
4	.777	.197	Sah
5	.773	.197	Sah
6	.606	.197	Sah
7	.843	.197	Sah
8	.831	.197	Sah

9	.870	.197	Sah
10	.862	.197	Sah
11	.855	.197	Sah
12	.850	.197	Sah
13	.860	.197	Sah
14	.839	.197	Sah
15	.863	.197	Sah
16	.670	.197	Sah
17	.480	.197	Sah
18	.498	.197	Sah

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Berdasarkan hasil pengolahan data variabel kompensasi ini dengan menggunakan SPSS versi 26, dapat dimengerti bahwasanya semua pertanyaan dalam setiap variabel adalah valid, dari total 42 pernyataan kuesioner yang diberikan kepada 99 responden.

Peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap pernyataan yang akan disebar pada responden. Uji reliabilitas ini merupakan sebuah indikator tingkat keandalan atau sebuah kepercayaan terhadap dari hasil pengukuran. Uji ini digunakan untuk mengukur dan melihat apakah terdapat kewajaran dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan adalah jawaban yang konsisten. Berikut ini adalah hasil uji dari uji reliabilitas:

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas seluruh variabel

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.981	42

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas menggunakan SPSS versi 26 dari keseluruhan 42 pernyataan, dan hasilnya merupakan data reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* .981, dengan tingkat reliabilitas yang cukup tinggi.

Hasil Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastis

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.35566249
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.072
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Pada tabel 5, menghasilkan uji normalitas yang dilakukan pada program SPSS versi 26 yang menggunakan uji *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan sebuah hasil yang memenuhi dari pernyataan normalitas sebaran data yaitu data yang asalnya dari distribusi normal, dan nilai signifikansi atau probabilitas $>0,05$. Ini termasuk kumpulan data kecil, kumpulan informasi yang mengandung ikatan, indeks informasi yang sangat besar namun tidak setara, dan indeks informasi yang tidak memadai, (C & N, 2015). Lalu pengujian normalitas yang menghasilkan nilai 0,068 yang dimana nilai tersebut lebih $> 0,05$.

Dengan hasil diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa persyaratan dari suatu uji normalitas telah dinyatakan normal.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	65.585	8.520		7.698	.000		
	X1	.059	.094	.065	.632	.529	.970	1.031
	X2	.233	.187	.128	1.248	.215	.970	1.031

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Tabel diatas memperlihatkan hasil dari uji multikolinearitas dengan nilai tolerance dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) yang bernilai 0,970 dan angka tersebut $>0,1$. Kemudian nilai dari VIF (Variance Inflation Factor) pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) yang nilainya 1,031 yang berarti <10 . Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa tidak terdeteksi multikolinearitas / dapat disimpulkan tidak terjadi hubungan linear antara variabel X1 terhadap variabel X2.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations					
			X1	X2	abs
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.175	-.115
		Sig. (2-tailed)		.083	.259
		N	99	99	99
	X2	Correlation Coefficient	.175	1.000	.058
		Sig. (2-tailed)	.083		.569
		N	99	99	99
	abs	Correlation Coefficient	-.115	.058	1.000
		Sig. (2-tailed)	.259	.569	
		N	99	99	99

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Pada tabel7, memperlihatkan hasil dari uji heteroskedastisitas dimana menggunakan uji Spearman's Rho dengan bantuan SPSS 26,0. Untuk pengambilan keputusan dapat dilihat bahwa Kualitas Pelayanan (X1) yakni ,259 dan Fasilitas (X2) sebesar ,569 dimana kedua variabel memiliki nilai signifikansi $>0,05$ dimana artinya yakni tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi

Berikut data yang dibutuhkan untuk menentukan persamaan model regresi linier sederhana, serta menginterpretasikan uji hipotesis t dan juga uji f.

Tabel 8. Hasil Uji Linier Sederhana Variabel X1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.340	5.112		.653
	Kualitas Pelayanan	1.114	.073	.842	15.358

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

- 1.HO1 = 0 (Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)
2. HA1 $\neq$ 0 (Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)

Dari tabel 12 diatas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan ini memiliki nilai t_{hitung} sebesar 15,358 yang $> t_{tabel}$ yaitu 1,984 ($df = 96; \alpha = 0,05$) dan dengan nilai tingkat signifikansi sebesar ,000 atau $< 0,05$, dengan kesimpulan bahwa nilai nilai HO1 ditolak dan HA1 diterima. Dimana HA1 $\neq$ 0, memiliki arti bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City.

Tabel 9. Hasil Uji Linier Sederhana Variabel X2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14.760	4.739		3.114
	Fasilitas	1.600	.113	.821	14.162

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

1. $H_0 = 0$ (Diduga tidak ada pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)
2. $H_A \neq 0$ (Diduga terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City)

Dari tabel 13 diatas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan ini mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 14.162 yang $> t_{tabel}$ yaitu 1,984 ($df = 97; \alpha = 0,05$) dan dengan nilai tingkat signifikansi ,000 atau $< 0,05$, dengan arti bahwa nilai H_0 ditolak dan nilai H_A diterima. Dimana $H_A \neq 0$, mempunyai arti bahwa adanya pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan tamu di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City.

Tabel 10. Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.348	4.865		.688
	Kualitas Pelayanan	.697	.143	.527	.000
	Fasilitas	.701	.211	.360	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Dari tabel 10, dapat kita lihat hasil yang bisa kita gunakan untuk mendapatkan hasil untuk uji regresi berganda, untuk perhitungan melalui rumus adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3.348 + 0.697X_1 + 0.701X_2$$

Berdasarkan perhitungan tersebut besar $a = 3.348$ adalah keadaan saat variabel dependen yaitu kepuasan tamu. Kemudian nilai b_1 (koefisien regresi X_1) sebesar .697, menunjukkan yakni variabel independen X_1 yaitu kualitas pelayanan mampu mempengaruhi secara positif sebesar 0.697 setiap kenaikan satuan variabel fasilitas dan nilai b_2 (koefisien regresi X_2) sebesar 0,701, menunjukkan bahwa variabel independen X_2 yaitu fasilitas mampu mempengaruhi secara positif sebesar 0,701

Tabel 11.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5452.331	2	2726.166	135.713	.000 ^b
	Residual	1928.416	96	20.088		
	Total	7380.747	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

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

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Dalam uji 1 simultan (uji f) merupakan usaha untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel independen dimana secara bersamaan terhadap variabel dependen yang ada dalam suatu penelitian. Jika nilai probabilitas dari signifikansi $< 0,05$ atau nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka variabel independen memiliki keterkaitan atau pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan pada tabel 14, dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil penelitian ini terdapat sebuah pengaruh secara simultan atau bersama-sama dari variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan tamu (Y), dengan menggunakan uji ini didapati nilai f_{hitung} sebesar 135.713 atau $>f_{tabel}$ yaitu 3.09 ($f_{tabel} = df(2;97)$) dan dengan nilai tingkat signifikansi adalah 0,000 atau $< 0,05$. Dari hasil tabel tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_A diterima. Dimana $H_A \neq 0$ artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu/pelanggan di hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.739	.733	4.482

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

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2023, Output SPSS 26.0

Tabel 13. Tabel Interpretasi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

Sumber: (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

Tabel 14. Tabel Interpretasi determinasi

Koefisien Determinasi	Tingkat Pengaruh
0%-19,99%	Sangat Lemah
20%-39,99%	Lemah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat

80%-100%	Sedang Kuat
----------	-------------

Sumber (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa nilai R senilai 0.859 dan *Adjusted 'Rsquare* sebesar 0.733 hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat dan juga pengaruh kuat terhadap variabel kepuasan tamu (Y) berdasarkan tabel 12.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Hasil yang diambil dari penelitian ini yakni hasil Uji kofisien determinasi yang dilakukan ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan dan juga mendapatkan hasil korelasi yang sangat kuat. Pengujian untuk pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu terbukti berpengaruh dengan hasil uji sesuai dengan yang dijabarkan di atas.

Dengan diketahuinya hasil penelitian, maka pihak dari hotel Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel khususnya untuk divisi *Public Relation* yang telah bekerja keras sebagai penyambung komunikasi antara hotel dan tamu sehingga mendapatkan hasil yang positif dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan dan tercapainya nilai kepuasan tamu yang tinggi

5.2 Saran

Hasil dari kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi khususnya di aspek kecepatan internet dapat ditambahkan dan sistem *check in* yang sekiranya dapat diperbaharui demi menghindari penumpukan antrian di *Lobby*. Saran peneliti ini dimaksudkan agar dapat terus berkembang dan memberikan pengalaman yang tak terlupakan untuk para tamu sehingga para tamu memutuskan untuk tetap setia tanpa mempunyai keinginan untuk menginap di hotel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- C, M., & N, P. (2015). *SPSS exact tests*. Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health Cambridge, Massachusetts. Researchgate.net
- Eka Arista Ramayanti, N., Ariani, N., & Muriawan Putra, A. (2017). Faktor penentu kepuasan kerja karyawan hotel Bali Garden Beach Resort Kuta. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 1(1), 24–31. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/view/30908>
- Fermani, A., Sergi, M. R., Carrieri, A., Crespi, I., Picconi, L., & Saggino, A. (2020). Sustainable tourism and

- facilities preferences: The sustainable tourist stay scale (stss) validation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su12229767>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALA_H_PERILAKU_KONSUMEN
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Kemendikparekraf. (2020). Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif tentang Standar Dan Sertifikasi Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan Sektor Pariwisata Dalam Masa Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019. *Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Indonesia*, 1–117. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/169208/permenpar-no-13-tahun-2020>
- Kepariwisata, J., & Hospitalitas, D. (2020). *Implementasi core value di sheraton bali kuta resort* (Vol. 4, Issue 1).
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di Pt. Karya Mitra Usaha. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Mukarom, Zaenal, & Laksana, muhibudin wijaya. (2015). ZM_Manajemen_Pelayanan_Publik.pdf. In *Manajemen Pelayanan Publik* (p. 50).
- Mukarom, Zainal, & Laksana, muhibudin wijaya. (2015). *Manajemen Public Relation, Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Pustaka Setia.
- Mustika, T. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Reputasi Lembaga Pemerintah. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 66–79. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.350>
- Oktavia, D. L., & Widiastanty, G. (2022). Pengaruh Tayangan Program Ilook Net Tv Terhadap Minat Menonton Siswismk Sahid Jakarta. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.33376/is.v4i1.1165>
- Priyastama, R. (2017a). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. PT. Anak Hebat Indonesia.
- Priyastama, R. (2017b). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data* (Cet.1). Start Up.
- Putri, A. M. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Kepuasan Tenant. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.346>
- Saleh, A. M. (2013). *Public Service Communication*. Universitas Malang, Malang.
- Sugiarto, Hendratono, T., & Sudibyo, D. (2015). *Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyawati, A. S., & Pertiwi, P. R. (2018). Peranan public relation dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di hotel kawasan itdc nusa dua bali pasca erupsi gunung. *Download.Garuda.Kemdikbud.Go.Id*, 2(2), 136–143. http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1645386&val=18086&title=Peranan_public_relation_dalam_meningkatkan_tingkat_hunian_kamar_di_hotel_kawasan_itdc_nusa_dua_bali_pasca_erupsi_gunung
- Tjiptono, F. (2023). *Service , Quality & Satisfaction*. March.
- Wijaya, T. (2015). *Manajemen Kuallitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano: Disertasi Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. PT. Indeks Jakarta, 2(PT. Indeks Jakarta).