



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA HOTEL BINTANG MULIA JEMBER**

*The Effect of Service Quality and Usefulness of Information Technology on  
Customer Satisfaction in Hotel Bintang Mulia Jember*

**SKRIPSI**

Oleh :

**Austin Helena**

**150910202050**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA HOTEL BINTANG MULIA JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana  
Administrasi Bisnis

Oleh :

**Austin Helena**

**150910202050**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2020**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Ayah saya Pramono Wedi dan Ibu saya Rini Budi Wahyuni yang telah membesarkan saya, mendidik, dan memberi bekal ilmu yang berjasa selama ini. Terimakasih atas do'a beliau yang tak terhingga, bekerja dengan keras tanpa letih untuk membahagiakan anak. Masih banyak hal yang harus dilalui dalam berproses di kehidupan ini, semoga setiap langkah dan proses yang dilalui mendapat berkah yang diridhoi oleh Allah SWT.
2. Semua keluarga besar maupun teman-teman yang saya sayangi , yang telah membagi waktu dan kebahagiaannya untuk saya.
3. Semua guru yang telah mendedikasikan semua ilmunya dan membimbing saya, mulai dari TK Jati Peni, SDN Jember Lor 03 , SMPN 1 Jember , SMAN Arjasa Jember, Mentor di lembaga belajar, dan Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Jember.

**MOTTO**

*“Siapapun kamu, aku yakin Tuhan menciptakan dan memberikanmu kehidupan di dunia ini untuk satu alasan dan tujuan yang besar ”.*

( Carrin )



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Austin Helena

Nim : 150910202050

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember” adalah benar-benar hasil karya saya, kecuali kutipan teori yang sudah saya cantumkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya , tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun seta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 1 Januari 2020

Austin Helena  
150910202050

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA HOTEL BINTANG MULIA JEMBER**

Oleh

Austin Helena

NIM 150910202050

Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Dr. Djoko Poernomo, M. SI

Dosen Pembimbing II : Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

**PENGESAHAN**

Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bintang Mulia Jember” karya Austin Helena telah di uji dan di sahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jember pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 15 Januari 2020  
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji Ketua

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos,MM  
NIP 197508252002121002

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Djoko Poernomo, M.SI  
NIP 196002191987021001

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB  
NIP 196107221989021001

Penguji Anggota I

Penguji Anggota II

Drs. Suhartono, MP  
NIP 196002141988031002

Dr. Ika Sisbintari, M.AB  
NIP 197402072005012001

Mengesahkan,  
Penjabat Dekan

Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes  
NIP 196106081988021001

## RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Hotel Bintang Mulia Jember; Austin Helena; 150910202050; 2019; 122 Halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Konsumen merupakan kunci kesuksesan dari usaha dibidang jasa, kepuasan konsumen merupakan penentu dari suatu pencapaian dari perusahaan, sehingga diperlukannya pelayanan, fasilitas, dan mutu yang baik dari pihak perusahaan. Teknologi informasi memiliki nilai utama hal dari sekian hal yang dibutuhkan dalam perkembangan di era sekarang, teknologi informasi dalam strategi bisnis dari perusahaan menentukan pencapaian, keberhasilan, dan faktor pesaing dalam pasar.

Hotel Bintang Mulia merupakan hotel bintang tiga kedua yang berdiri di kota Jember. Hadir dengan motto “Best Place In Town”, Hotel Bintang Mulia ini memiliki tempat yang sangatlah strategis. tidak jauh dari pusat perbelanjaan, hiburan, perkantoran serta akses keluar masuk hotel ke jalan utama sangatlah mudah. meskipun sangat dekat dengan pusat kota, Hotel ini tidak berada di pinggir jalan, tetapi berada di kawasan elit dengan suasana yang tenang, indah, bersih, serta dekat dengan sarana olahraga (GOR).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Hotel Bintang Mulia, dan sampel yang dibutuhkan berjumlah 77 orang dan merupakan orang yang menginap di Hotel Bintang Mulia untuk pertama kalinya. Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *insidental sampling* atau yang disebut juga sebagai penentuan berdasarkan kebetulan saat bertemu dengan peneliti di lokasi (Hotel Bintang Mulia) dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang tersebut sesuai dengan karakteristik kuesioner maka orang tersebut dipilih sebagai salah satu responden yang dijadikan sumber data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan penggunaan teknologi informasi yang maksimal, maka kepuasan konsumen akan meningkat.



## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih pada:

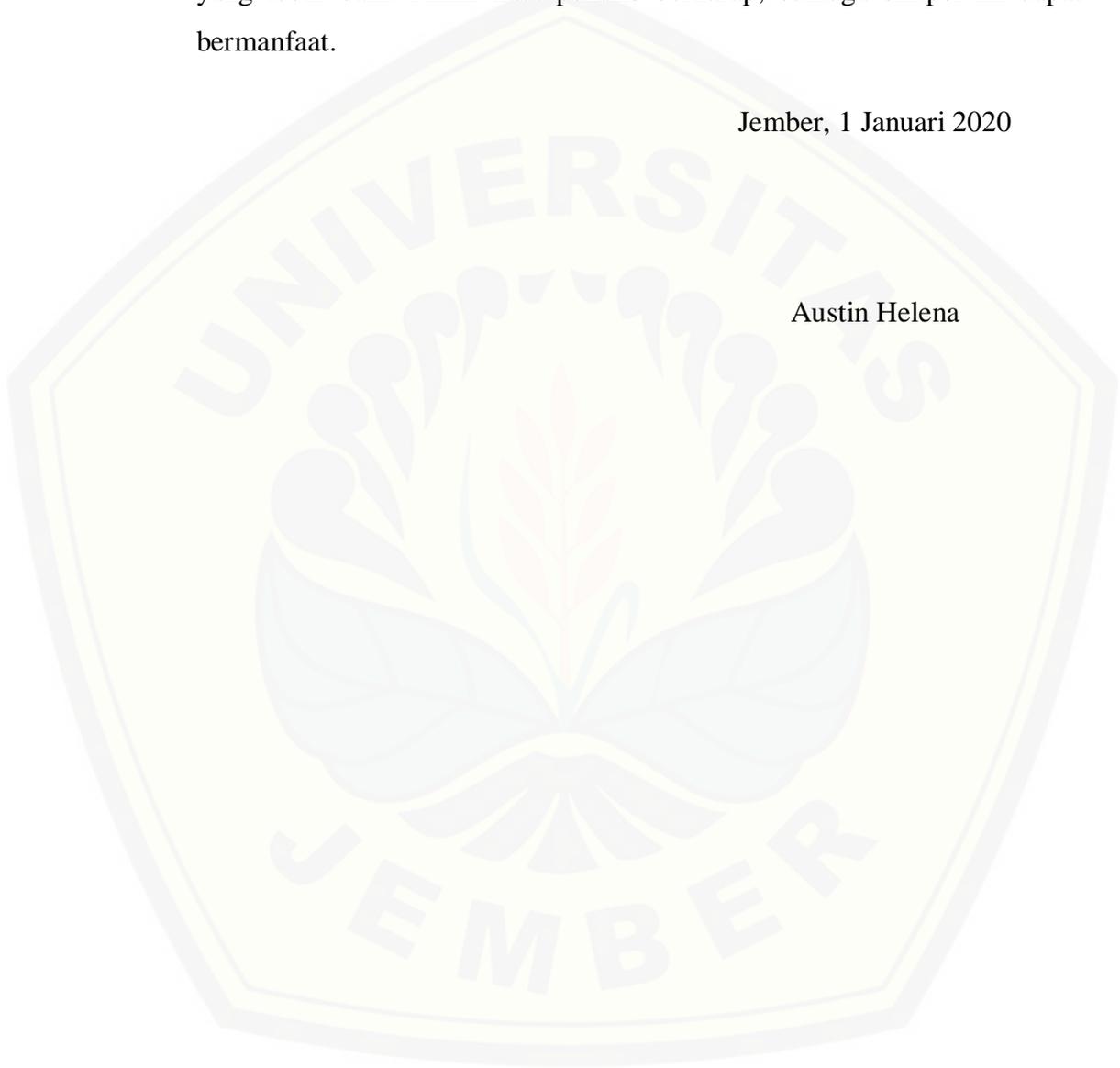
1. Prof.Dr.Hadi Prayitno, M.Kes selaku Penjabat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Akhmad Toha, M.SI, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.
3. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, nasihat, diskusi, dan ilmu terkait penelitian skripsi dan segala prosesnya hingga selesai.
4. Dr. Djoko Poernomo, M.SI, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, nasihat, diskusi, dan ilmu terkait penelitian skripsi dan segala prosesnya hingga selesai.
5. Seluruh Dosen, Staf Pengajar, seta Karyawan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama ini.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini yang tidak sapat disebutkan satu per satu.

Penulis menerima segala kritik maupun saran dari semua pihak demi hasil yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 1 Januari 2020

Austin Helena



DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBING.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Pemasaran.....</b>	<b>11</b>
2.2.1 Lingkup Pemasaran .....	12
<b>2.2 Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Pemasaran Jasa .....</b>	<b>14</b>
2.3.1 Definisi Jasa .....	14
2.3.2 Karakteristik Jasa .....	15

<b>2.4 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>17</b>
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
2.4.2 Indikator Kepuasan Pelayanan.....	17
<b>2.5 Hotel .....</b>	<b>19</b>
2.5.1 Jenis Hotel .....	20
2.5.2 Klasifikasi Hotel .....	21
<b>2.6 Teknologi Informasi .....</b>	<b>23</b>
2.6.1 Pemanfaatan Teknologi Informasi .....	26
2.6.2 Indikator Pemanfaatan Teknologi Informasi .....	28
<b>2.7 Perilaku Konsumen .....</b>	<b>29</b>
2.7.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	29
<b>2.8 Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>30</b>
2.8.1 Konsep Kepuasan Konsumen .....	30
2.8.2 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen .....	31
2.8.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	32
2.8.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	33
<b>2.9 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>37</b>
<b>2.10 Hubungan Antar Variabel Bebas dan Variabel Terikat .....</b>	<b>39</b>
2.10.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen .....	39
2.10.2 Hubungan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Kepuasan Konsumen.....	40
<b>2.11 Kerangka Konsep Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>2.12 Hipotesis .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2 Rencana Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>3.3 Penentuan Populasi dan Sampel .....</b>	<b>45</b>

<b>3.4 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>46</b>
3.4.1 Variabel Bebas atau <i>Independent Variabel (X)</i> .....	46
3.4.2 Variabel Terikat atau <i>Dependent Variabel (Y)</i> .....	48
<b>3.5 Tahap Pengumpulan Data.....</b>	<b>51</b>
3.5.1 Jenis Data.....	51
3.5.2 Sumber Data .....	51
3.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5.4 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	52
<b>3.6 Teknik Membagi Kuesioner .....</b>	<b>53</b>
<b>3.7 Skala Pengukuran Variabel .....</b>	<b>54</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>54</b>
3.8.1 Uji Validitas .....	54
3.8.2 Uji Reabilitas .....	55
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3.8.5 Uji Hipotesis .....	57
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah.....</b>	<b>60</b>
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Bintang Mulia Hotel .....</b>	<b>62</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	62
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	63
4.1.3 Perizinan Operasional Hotel Bintang Mulia Jember.....	63
4.1.4 Jumlah, Tipe dan Fasilitas Kamar .....	63
4.1.5 Jumlah Karyawan dan Waktu Kerja .....	65
4.1.6 Stuktur Organisasi .....	66
<b>4.2 Karakteristik Responden.....</b>	<b>70</b>
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	73
4.2.2 Uji Instrumen .....	81
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	83

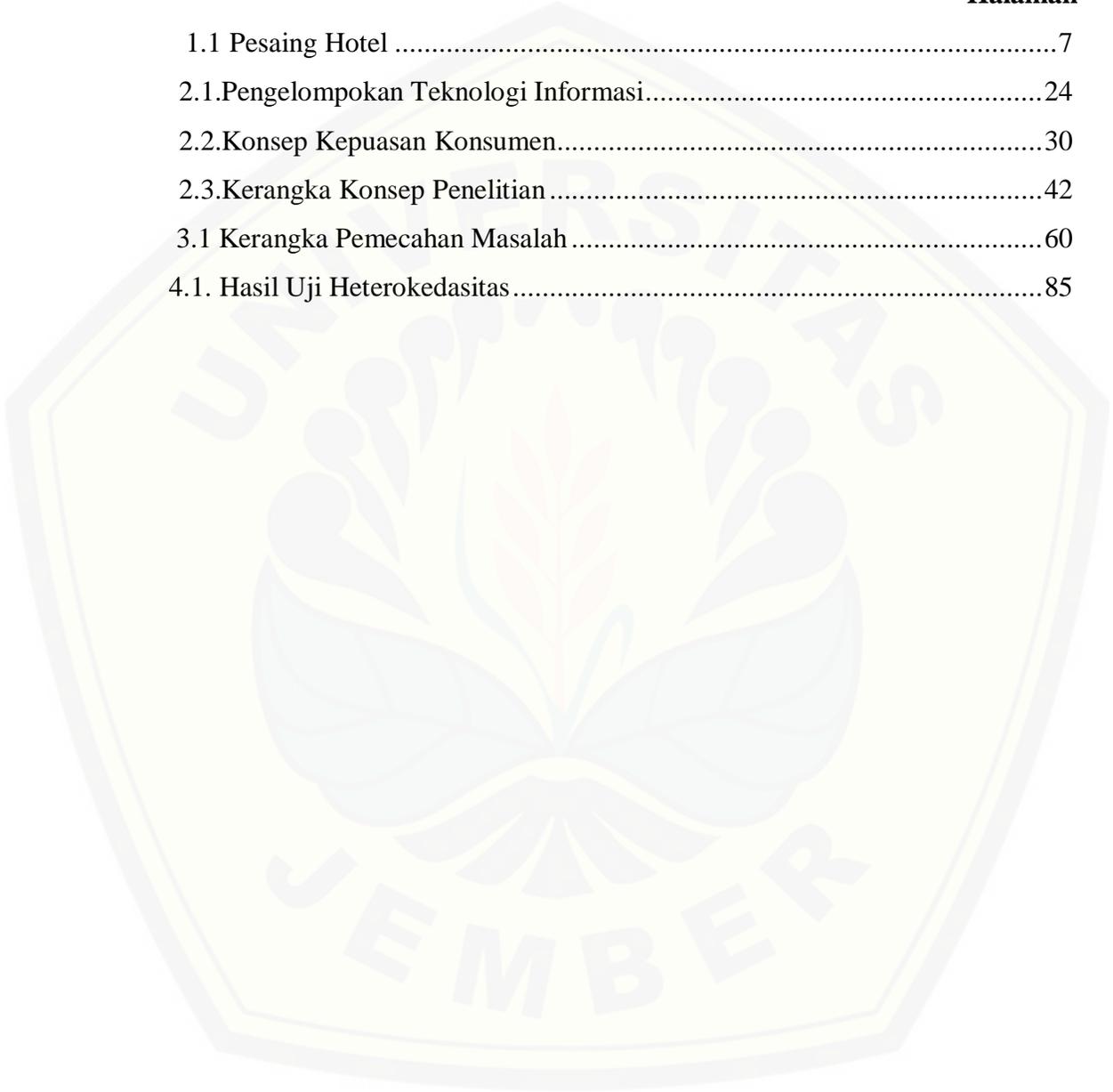
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
4.2.5 Uji Hipotesis .....	86
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>89</b>
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	89
4.3.2 Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	91
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>99</b>

**DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
1.1. Daftar Nama Hotel di Jember .....	5
1.2. Tabel Jumlah Penyewaan Kamar .....	8
2.1. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Bintangnya.....	22
2.2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan pelaku usaha .....	35
2.3. Penelitian Terdahulu.....	37
3.1. Pemetaan Operasional Variabel .....	49
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	72
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	73
4.6. Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan.....	74
4.7. Penilaian Responden terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	77
4.8. Penilaian Responden terhadap Kepuasan Konsumen .....	79
4.9. Hasil Uji Validitas .....	81
4.10. Hasil Uji Reliabilitas .....	83
4.11. Hasil Uji Normalitas.....	83
4.12. Hasil Uji Multikolinieritas .....	84
4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
4.14. Hasil Uji t.....	87
4.15. Hasil Uji F.....	87
4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	88

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
1.1 Pesaing Hotel .....	7
2.1. Pengelompokan Teknologi Informasi.....	24
2.2. Konsep Kepuasan Konsumen.....	30
2.3. Kerangka Konsep Penelitian .....	42
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	60
4.1. Hasil Uji Heterokedasitas .....	85



**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 :Kuesioner Penelitian .....	99
Lampiran 2 :Karakteristik Responden .....	103
Lampiran 3 :Rekapitulasi Jawaban Responden .....	105
Lampiran 4 :Uji Validitas.....	109
Lampiran 5 :Uji Reabilitas .....	113
Lampiran 6 :Uji Normalitas.....	114
Lampiran 7 :Uji Multikolinieritas.....	115
Lampiran 8 :Uji Heterokedasitas .....	116
Lampiran 9 :Analisis Regresi Linier Berganda .....	117
Lampiran 10 :R Tabel .....	118
Lampiran 11 :t Tabel.....	119
Lampiran 12 :F Tabel.....	120
Lampiran 13 :Surat Penelitian dari Lembaga Penelitian Unej.....	121
Lampiran 14 :Surat Penelitian dari Hotel Bintang Mulia .....	122

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang mempunyai potensi untuk di kembangkan sebagai sumber pendapatan. Industri pariwisata sering dianggap sebagai jawaban untuk menghadapi berbagai masalah ekonomi di Indonesia. Kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh impor yang naik, ekspor non-migas yang menurun, dan perkembangan ekonomi yang timpang, dipandang akan menjadi solusi permasalahan tersebut dengan adanya industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru, membangun ekonomi regional, serta menyumbang neraca pembayaran (Suwanto, 2002). Sektor pariwisata telah memberikan peran yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, khususnya terhadap pertumbuhan yang terjadi pada kategori perdagangan, hotel, dan restoran. Selain perannya terhadap pertumbuhan ekonomi, perkembangan industri pariwisata di tanah air juga telah menciptakan lapangan pekerjaan yang tidak sedikit jumlahnya. Industri perhotelan yang merupakan salah satu sektor non migas yang mempunyai potensi atau peluang untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan yang cukup menjanjikan, baik pendapatan devisa negara maupun pendapatan asli daerah. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya pada industri perhotelan mempunyai peluang yang besar untuk dapat berkembang, jika perusahaan tersebut mempunyai kemampuan untuk memenuhi seluruh harapan konsumennya, sehingga dapat menjadikan sang konsumen menjadi pelanggan di perusahaannya. (Badan Pusat Statistik, 2017).

Semakin mejamurnya hotel-hotel yang di bangun. Seolah-olah menjadi suatu persaingan yang tidak bisa terhindarkan. Masing masing pihak berlomba lomba menampilkan atau memberikan pelayanan, fasilitas dan mutu yang baik. Hal tersebut menyebabkan adanya perubahan sistem dari yang manual ke sistem yang lebih modern.

Teknologi Informasi memiliki nilai utama hal dari sekian hal yang dibutuhkan didalam perkembangan di era sekarang, karena menurut penuturan Mamaghani (2010) bahwa “keberhasilan suatu perjalanan atau bisnis pariwisata sangat tergantung pada seberapa baik mereka memanfaatkan teknologi yang tersedia dan berkembang. Fungsi teknologi informasi dalam strategi bisnis dari perusahaan menentukan pencapaian, keberhasilan, dan faktor pesaing dalam pasar”. Seiring dengan berkembangnya zaman, kemajuan teknologi informasi juga semakin hari menjadi semakin baik dan bervariasi. hal ini berdampak kepada berbagai kehidupan masyarakat baik di segi sosial, pendidikan, ekonomi, pariwisata, maupun pembangunan. Saat ini kota Jember merupakan kota yang mempunyai berbagai fasilitas rekreasi, belanja serta wisata yang menarik untuk di kunjungi.

Semakin banyaknya fasilitas dan wisata yang menarik, hotel merupakan tempat yang dibutuhkan sebagai fasilitas penginapan. Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang berada di daerah tapal kuda, merupakan kabupaten yang mempunyai potensi wisata yang perlu di kembangkan serta perlu pengelolaan yang lebih baik dan profesional. Sehingga akhirnya dapat menjadikan Jember sebagai daerah tujuan wisata di Jawa Timur. selain kaya akan potensi wisata, kota Jember juga merupakan kota bisnis atau usaha. Hal ini dilihat dari cepatnya laju pertumbuhan gedung gedung perkantoran, gedung pendidikan , serta gedung tempat usaha yang memadai di tunjang dengan sudah diresmikannya lapangan terbang Noto Hadi Negoro, menyebabkan makin cepatnya laju pertumbuhan di kota Jember. Menurut catatan kantor pariwisata pemkab Jember Selalu ada peningkatan atau penambahan hotel baru di kota Jember mulai dari 2007 , baik hotel berbintang maupun hotel melati. Minat investor untuk membangun hotel di Kabupaten Jember merupakan indikasi cerahnya industri pariwisata, bahkan keberadaan hotel tersebut akan memberi kontribusi tersendiri bagi peningkatan pendapatan asli daerah. Kepala kantor pariwisata Jember, Arief Cahyono menambahkan, bahwa beberapa momen dan acara yang di selenggarakan di kota Jember dapat mendatangkan tamu untuk menginap di hotel-hotel tersebut, seperti acara BBJ (Bulan Berkunjung ke Jember), JFC (Jember Fashion Carnaval adalah beberapa acara yang dapat menarik minat konsumen

untuk mengingat. (Pemerintah Daerah Kabupaten Jember, 2013). Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang bersifat *people based service*, yang mengandalkan kemampuan dan keterampilan manusia atau sumber daya manusia. Perusahaan harus memperhatikan pelayanan yang turut mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa yang di miliki perusahaan penyedia jasa tersebut . meliputi :

1. Peralatan yang meliputi bangunan dan peralatan pendukung oprasional lainnya
- ; 2.Keunggulan pelayanan ;
- 3 Kehandalan karyawan khususnya karyawan yang beroprasional.

Setiap pelayanan yang di berikan kepada konsumen, perlu di evaluasi dengan mengukur tingkat kualitas pelayanan yang telah di berikan perusahaan terhadap konsumen. Saat ini orientasi perusahaan telah bergeser dari *Market oriented* (orientasi pasar) kepada *satisfaction oriented* (orientasi kepada kepuasan konsumen). Salah satu faktor penentu kelangsungan hidup perusahaan adalah terpenuhinya kepuasan konsumen, karena konsumen yang puas dengan pelayanan yang di berikan maka ia akan cenderung merekomendasikan kepada orang lain (Utama, 2017).

Hotel Bintang Mulia, merupakan hotel bintang tiga yang berada di jalan Nusantara No.18 Jember. Terletak dekat jalan raya, Hotel Bintang Mulia memiliki kamar yang luas fasilitas yang baik dengan harga yang cukup terjangkau. Sehingga menjadi pilihan akomodasi untuk keluarga, dan untuk aktifitas bisnis. Salah satunya adalah Hotel Bintang Mulia Jember, Hotel tersebut merupakan hotel yang berdiri sejak tahun 2007. Semua tipe kamar Hotel Bintang Mulia Jember dilengkapi oleh *Individual Controlled Air Conditioning*, Air panas dan air dingin, Bath up, televisi, telepon, Ruangan yang luas, Suplay 2 botol air mineral serta koran Jawa Pos.

Fasilitas tambahan lain yang menunjang kenyamanan para konsumen dan konsumen diantaranya adalah : Restaurant, Laundry, layanan kamar 24 jam, Outdoor swimming pool, Cafe lounge, Spa, Fasilitas Wifi gratis yang dapat digunakan konsumen, dan Conference Hall dengan kapasitas kurang lebih 250 orang, yang dapat melengkapi kebutuhan berbisnis. Hadir dengan motto “Best Place In Town”, Hotel Bintang Mulia ini memiliki tempat yang sangatlah strategis. Tidak jauh dari pusat perbelanjaan, hiburan, perkantoran serta akses keluar masuk hotel ke jalan utama sangatlah mudah. Meskipun sangat dekat dengan pusat kota, Hotel ini tidak berada di pinggir jalan, tetapi berada di kawasan elit dengan suasana yang tenang, indah, bersih, serta dekat dengan sarana olahraga (GOR) sehingga disinilah tempat yang juga tepat bagi konsumen yang menyukai olahraga dan ingin menginap di hotel bernuansa tenang tetapi tetap berada di kawasan pusat kota. (Pristanto, 2012)

Hotel Bintang Mulia Jember selalu berusaha memenuhi kepuasan konsumen, karena jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang. Semakin suburnya pertumbuhan hotel di Jember menyebabkan tingginya tingkat persaingan yang berpengaruh kepada tingkat penyewaan kamar hotel di Hotel Bintang Mulia Jember.

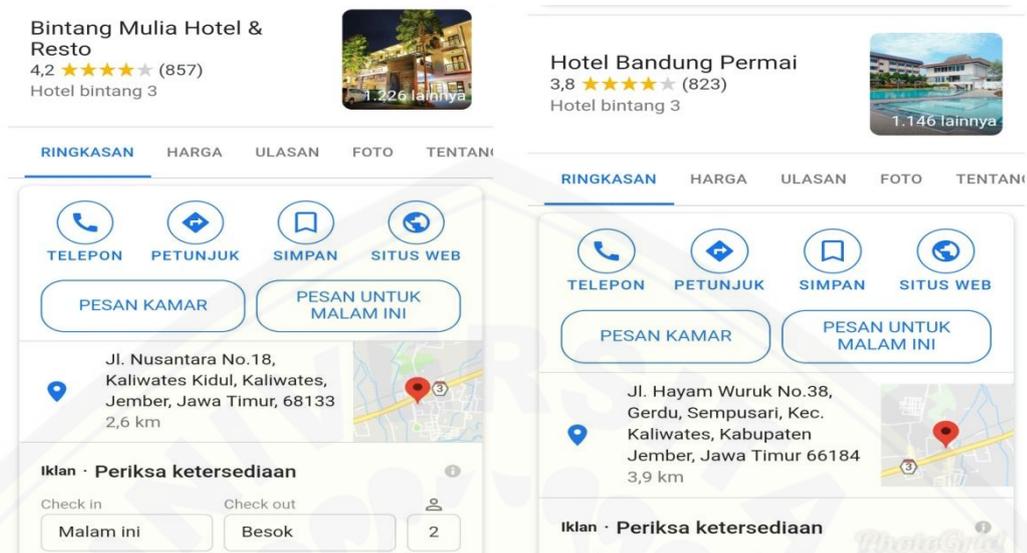
Tabel 1.3 Daftar hotel di Jember tipe akomodasi bintang 3

No	Nama Hotel	Berdiri pada	Jumlah kamar	Alamat	Fasilitas
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Bandung Permai Hotel	1982	70	Jl. Hayam wuruk 38 Kelurahan/ Desa Sempusari Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember	Wifi, restoran, spa, <i>Hall</i> , laundry, bar, AC, TV, pusat kebugaran, telepon, kolam renang.
2	Bintang Mulia Hotel & Resto	31 Maret 2007	51	Jl. Nusantara no 18 kelurahan/Desa Kaliwates, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.	Kolam renang, wifi, restoran, <i>laundry</i> , spa, ruang keluarga, <i>minibar</i> , AC, hot & cold water, bath up, TV, telepon, safe deposit box, confrence hall.
3	Royal Hotel & Lounge	25 Agustus 2011	54	Jl. Karimata no. 50 Kav 2, Kelurahan/ Desa Sumbersari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember.	Kolam renang, wifi, spa, restoran, <i>laundry</i> , ball room, AC, depositbox, TV, confrence room, telepon .
4	Cempaka Hills Hotel	1 Juli 2014	54	Jl. Cempaka no. 50 Kelurahan Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember.	Kolam renang, wifi, spa, pusat kebugara, restoran, kedai kopi, <i>laundry</i> , hot and cold water, bath up, mini bar, telephone, safe deposit box. conference hall, AC, TV.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
5	Dafam Hotel	2 Agustus 2018	120	Jl. Gatot Subroto no. 47 , Kelurahan/Desa Kepatihan Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.	Wifi, restoran, kolam renang, ruang keluarga, TV, AC, confrence hall, laundry.
6	Hotel Lumnior	5 Desember 2018	75	Jl. Agus Salim 28 . Kelurahan/ Desa Tegal Besar , Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember.	Restoran , wifi, karaoke, bar, kolam renang, hot & cold water, TV, minibar, safe deposit box,bath up, telepon.

Sumber : Badan Pusat Statistik (diolah oleh penulis 2019)

Berdasarkan dari tabel 1.3 Tipe akomodasi tipe bintang 3 di Jember ini, mempunyai pesaing yang cukup banyak. Menurut direktori hotel Provinsi Jawa timur dalam , Berikut adalah hotel yang bertipe akomodasi bintang 3 di Jember, dapat diketahui dari beberapa hotel, kebanyakan dari mereka menawarkan 2 tipe kamar . Hotel bandung permai merupakan hotel yang sudah lama berdiri sejak 1982 , di susul dengan hotel Bintang Mulia di 2007, hotel Royal berdiri pada tahun 2011, Cempaka Hills Hotel berdiri pada tahun 2014, lalu hotel Meotel by dafam pada tahun 2018 dan hotel Lumnior di akhir 2018. Dikarenakan pesaing yang semakin banyak, hotel berlomba lomba menampilkan tampilan hotel yang sesuai dengan perkembangan jaman oleh karena itu fasilitas fasilitas di hotel di hadirkan untuk kenyamanan konsumen, berdasarkan tabel diatas fasilitas yang tersedia cukup beragam yang bisa menjadi media perbandingan bagi konsumen.



**Gambar 1.1 Pesaing Hotel**

(Sumber: Google Maps 2019)

Berdasarkan gambar 1.1, Hotel Bandung Permai menjadi pesaing utama Hotel Bintang Mulia dikarenakan radius yang berdekatan dan memiliki jenis akomodasi yang sama, yaitu bintang 3. Hotel Bandung Permai merupakan hotel bintang 3 yang pertama dibangun di kota Jember, disusul dengan Hotel Bintang Mulia. Hotel Bandung Permai memiliki lebih banyak kamar yang berjumlah 70 kamar, sedangkan Hotel Bintang Mulia memiliki jumlah kamar sebanyak 51 kamar. Hotel Bandung Permai memiliki rating penilaian yang lebih rendah dari Hotel Bintang Mulia, dapat diketahui dari gambar di atas, bahwa Hotel Bandung Permai memiliki rating 3,8 dengan 4 bintang dari 5 bintang, sedangkan Hotel Bintang Mulia memiliki 4,2 dengan 4 bintang dari lima bintang. Yang artinya Hotel Bintang Mulia memiliki lebih banyak respon positif dari konsumen dibandingkan Hotel Bandung Permai.

Pada hotel Bintang Mulia, terus tumbuhnya hotel hotel baru berimbas terhadap tingkat hunian yang fluktuatif. Berikut adalah data tingkat hunian pada Hotel Bintang Mulia :

**Tabel 1.4 jumlah penyewaan kamar periode 2014-2017**

Tahun	Tingkat hunian (Occ)	%
2015	12.749	68
2016	12.461	67
2017	12.676	68
2018	18.612	62

Sumber: Hotel Bintang Mulia Jember (diolah penulis pada 2019)

Dari tabel 1.1 diatas didapati naik turunnya pengunjung setiap tahunnya di Hotel Bintang Mulia Jember selama tiga tahun terakhir. Diketahui adanya penurunan jumlah tingkat hunian di hotel dari tahun 2015 yang berjumlah 12.749 ketahun 2016 yang menjadi 12.461, lalu terjadi kenaikan jumlah hunian ditahun 2017 menjadi sebesar 12.676 dan meningkat kembali ditahun 2018 menjadi 18.612. Perubahan kondisi dan situasi naik turunnya tingkat hunian kamar di Hotel Bintang Mulia Jember, bukanlah menjadi pukulan bagi pihak hotel melainkan sebagai pemacu agar dapat meningkatkan hunian kamar agar lebih stabil dan terus meningkat dengan cara memperhatikan fasilitas pendukung demi kepuasan konsumen.

Muhammad Miftahul Azim (2017) melakukan penelitian pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo . Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo. Hal ini mengidikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu di perhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang patut di perhatikan, terutama pada perusahaan di bidang jasa yang juga di dukung oleh saranan

prasarana yang di sediakan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Dengan demikian, baik buruknya suatu layanan dan kepuasan konsumen bergantung kepada kemampuan perusahaan penyedia layanan dalam menjual produk nya.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang di lakukan oleh penenliti, penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap faktor-faktor yang diprediksi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah kualitas pelayanan dan penggunaan teknologi informasi di Hotel Bintang Mulia Jember. Perlunya melakukan penelitian secara spesifik mengenai kepuasan konsumen bertujuan untuk pengukuran tingkat pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Hotel Bintang Mulia Jember dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bintang Mulia Jember”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditemukan , permasalahan yang diangkat adalah

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bintang Mulia Jember?
- b. Apakah ada pengaruh pemanfaatan teknologi informasi di Hotel Bintang Mulia Jember?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Mulia.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini

- a. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bintang Mulia Jember.
- c. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat di pergunakan sebagai masukan bagi perusahaan
- b. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebagai pemer kaya refrensi untuk management pemasaran.
- c. Bagi Peneliti  
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang amat penting dalam bisnis. Kegiatan pemasaran bermula ketika ada kebutuhan dari pihak konsumen dan produsen, sang konsumen ingin memenuhi kebutuhannya sedangkan produsen ingin mendapatkan keuntungan dari barang/jasa yang di produksi . Adapula definisi pemasaran menurut beberapa ahli pemasaran adalah sebagai berikut:

Definisi pemasaran menurut Kotler (2005:10) merupakan suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Adapun pengertian pemasaran, yaitu pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan (Tjiptono, 2008).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah upaya menyampaikan dan memperkenalkan suatu barang atau jasa hingga sampai kepada konsumen mencakup proses sosial dan manajerial yang bertujuan untuk mendapatkan laba. Saat ini, pemasaran harus dipahami dalam pemahaman modern yaitu memuaskan konsumen, dengan cara mengembangkan produk dan jasa agar produk lebih mudah dijual kepada konsumen , karena dengan adanya pengembangan kualitas produk atau jasa di suatu perusahaan akan menyebabkan suatu kepuasan konsumen yang akan berpengaruh jangka panjang kepada penjualan di perusahaan tersebut. Seperti kita tahu bahwa perkembangan pemasaran tidak terlepas dari kemajuan teknologi informasi. Pemasaran akan selalu berkembang sesuai dengan perkembangan pasar dan keinginan konsumen , pemasaran harus terus menyesuaikan diri dan beradaptasi untuk bertahan sesuai dengan perubahan zaman.

### 2.2.1. Lingkup Pemasaran

Menurut Sunarto(2004:01) orang pemasaran melakukan pemasaran pada 10 jenis wujud yang berbeda, seperti :

#### a. Barang

Barang-barang fisik merupakan bagian yang terbesar dari produksi dan usaha pemasaran . di negara berkembang, barang-barang terutama bahan makanan, komoditas, pakaian, dan perumahan merupakan bagian yang paling penting bagi keberhasilan perekonomian.

#### b. Jasa

Jasa mencakup hasil kerja perusahaan penerbangan, hotel, penyewaaan mobil, orang yang melakukan pemeliharaan dan perbaikan, juga para profesional, seperti akuntan, pengacara, insinyur, dokter dan konsultan keuangan.

#### c. Pengayaan pengalaman

Dengan merangkai jasa dan barang, seseorang dapat menciptakan , dan memasarkan pengayaan pengalaman,. Ada pasar untuk berbagai macam pengalaman, seperti menghabiskan waktu satu minggu di kamp kemanusiaan, seakan-akan berada di medan pertempuran untuk menolong.

#### d. Peristiwa

Pemasar mempromosikan peristiwa yang terkait dengan waktu bersejarah, ada profesi paripurna yang lazim dilakukan oleh para perencana pertemuan yang menyusun rincian kegiatan untuk suatu peristiwa dan menggelarnya sampai selesai.

#### e. Orang

Pemasaran selebriti telah menjadi bisnis penting . Dewasa ini, setiap bintang film memiliki seorang agen, seornag manajer dan menjalin hubungan dengan agen agen.

f. Tempat

Tempat kota, wilayah, dan bangsa-bangsa keseluruhan bersaing secara aktif untuk menarik para turis, pabrik, kantor, dan tempat tinggal.

g. Properti

Properti adalah hak kepemilikan tak berwujud baik itu berupa bentuk nyata atau finansial. Properti itu diperjual belikan, dan itu menyebabkan timbulnya upaya pemasaran.

h. Organisasi

Organisasi secara aktif bekerja untuk membangun citra yang kuat dan menyenangkan pikiran masyarakat. Kita melihat iklan identitas badan usaha yang ditayangkan oleh perusahaan-perusahaan untuk mendapat lebih banyak pengakuan publik.

i. Informasi

Informasi dapat diproduksi dan dipasarkan sebagai sebuah produk. Pada hakikatnya informasi merupakan sesuatu yang diproduksi dan didistribusikan dengan harga tertentu kepada masyarakat.

j. Gagasan

Setiap penawaran pasar mencakup inti dari suatu gagasan dasar. Produk dan jasa adalah platform untuk menyerahkan beberapa gagasan atau manfaat. Pemasar berusaha keras untuk mencari kebutuhan inti yang ingin mereka penuhi.

## 2.2 Manajemen Pemasaran

Jauh sebelum produk dikonsumsi oleh konsumen, perusahaan harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya yang dapat membuat tujuan dan sasaran tercapai. Melalui produk yang dijualnya, perusahaan dapat menjamin kestabilan usahanya agar dapat terus berkembang kegiatan pemasaran dirancang untuk memberi arti melayani dan memuaskan kebutuhan konsumen. Perusahaan menginginkan seluruh aktifitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan berjalan dengan baik, untuk mendapatkan hasil tersebut diperlukan pengelolaan yang baik dalam melaksanakan seluruh

kegiatan pemasaran, pengelolaan dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut.

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi (Kotler, 2005). Adapun tambahan dari pengertian dari manajemen pemasaran yaitu; manajemen pemasaran adalah proses pemikiran, perencanaan dan pelaksanaan , penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi (Kotler, 2005).

Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses melibatkan pelaksanaan, perencanaan, analisa, pengendalian , yang mencakup barang, jasa, dan gagasan yang harus di koordinasikan dan di kelola dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **2.3 Pemasaran Jasa**

Pemasaran jasa tidaklah sama dengan produk. Karena pemasaran bersifat intangible atau tidak kasat mata dan tidak dapat di raba. Dalam proses produksi, berlangsung di waktu yang sama saat konsumen mengonsumsinya. Pemasaran menurut Lupioyadi (2006:5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

#### **2.3.1. Definisi Jasa**

Dapat di sebutkan bahwa jasa didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang memproduksi waktu, tempat, keadaan serta keperluan psikologis . Menurut Kotler (2002:486), Jasa adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu.

Adapun pengertian menurut Rangkuti (2006) mendefinisikan mutu jasa sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan konsumen. Mutu yang di gunakan untuk menilai mutu jasa adalah :

- a. Mutu teknik (outcome) yaitu mutu hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
- b. Mutu pelayanan (process) yaitu mutu cara penyampaian jasa tersebut.

Salah satu cara agar penjualan jasa di suatu perusahaan lebih unggul ketimbang pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan diterima dapat di bentuk berdasarkan peringkat kepentingan dan setelah menikmati jasa tersebut konsumen cenderung akan membandingkannya dengan yang di diharapkan (Rangkuti 2006) .

Jadi dapat di simpulkan bahwa jasa adalah suatu kegiatan serta tindakan yang dihasilkan oleh produsen untuk konsumennya yang proses produksi serta konsumsinya berlangsung di saat yang bersamaan, tetapi tidak menghasilkan tansfer kepemilikan. Sedangkan pemasaran jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen yang berupa jasa yang bersifat tidak bisa disimpan, dan dilihat tapi dapat langsung dirasakan oleh konsumennya.

### 2.3.2. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2002: 84) mengemukakan bahwa terdapat beberapa karakteristik jasa, diantara nya adalah :

- a. Intangibility

Disebut juga sebagai Jasa yang tidak berwujud, seperti produk fisik, jasa yang tidak dapat di lihat, dirasa, diraba, didengar, atau di cium sebelum jasa tersebut di beli atau di gunakan. Pembeli mencari kualitas jasa denan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol dan harga yang mereka lihat.

b. Inseparability

Disebut juga sebagai jasa yang tidak dapat dipisahkan merupakan jasa yang dihasilkan dan proses konsumsinya terjadi secara bersamaan. Jika melakukan transaksi jasa maka penyediaannya adalah bagian dari jasa, karena pengguna jasa juga ada disaat terjadinya pengonsumsiannya jasa tersebut, interaksi diantara penjual dan konsumen merupakan ciri dari pemasaran jasa.

c. Variability

Disebut juga sebagai keanekaragaman atau beraneka rupa tergantung dengan siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa ini dilakukan. Dengan adanya variasi dalam jasa, perusahaan dapat melakukan pengendalian kualitas jasa dan pelatihan karyawan dengan baik, menstandarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi dan memantau kepuasan konsumen melalui sistem sara, keluhan, survei konsumen serta belanja perbandingan sehingga pelayanan yang kurang dapat diketahui untuk diperbaiki.

d. Perishability

Disebut juga jasa tidak dapat tahan lama, karena sifat jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan di kemudian hari. Tidak menjadi masalah jika permintaan tetap ada secara tetap dan teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat disusun terlebih dahulu, kalau permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masalah yang sulit.

## 2.4. Kualitas Pelayanan

### 2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam memasarkan produk barang atau jasanya perusahaan harus mempunyai kualitas dalam pelayanan yang baik untuk dapat menarik hati konsumen. Menurut Kotler (2002:83) yang mengatakan bahwa "Pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada

pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Dalam memasarkan produk barang/ jasa perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang baik agar mendapat pelanggan bukan hanya konsumen. Menurut Yazid (2001:107) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan. Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan suatu persaingan. Ketika perusahaan telah menyediakan produk atau jasa yang berkualitas maka perusahaan tersebut telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen.

#### 2.4.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan alat untuk mempererat hubungan antara konsumen serta perusahaan tersebut. Tjipto (2010:69) mengidentifikasi 10 faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa, diantaranya adalah :

a. *Reability* , mencakup dua hal pokok yaitu :

- 1.) Konsistensi kerja (*performance* )
- 2.) Kemampuan untuk di percaya (*dependability*)

Dalam hal ini, perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*Right the first time*) dan memenuhi janjinya. Misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang di sepakati.

- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang di butuhkan konsumen.
- c. *Copetence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang di butuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut.
- d. *Acces*, yaitu meliputi kemudahan untuk dihubungi atau di temui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi yang mudah di hubungi, dan lain-lain.

- e. *Courtesy*, yaitu meliputi sikap sopan santun, *Respect*, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personal* (seperti resipienis, operator, telepon, dan lain-lain)
- f. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan para konsumen.
- g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, karakteristik pribadi, *contact personal*, dan interaksi konsumen.
- h. *Security*. Yaitu amandari bahaya, resiko atau dari keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).
- i. *Understanding*, atau *knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami konsumen.
- j. *Tangible*, yaitu bukti fisik dari jasa yang berupa fasilitas fisik, peralatan yang di pergunakan, dan representasi fisik dari jasa.

Menurut Parasuraman (2002:70) atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dirangkai dari sepuluh dimensi tersebut menjadi lima Indikator, yaitu sebagai berikut :

- 1.) *Tangibles* (Bukti Fisik)  
Berkenaan dengan penampilan fisik layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.
- 2.) *Reliability* (Keandalan)  
Berkenaan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat.
- 3.) *Assurance* (Jaminan)  
Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan konsumen.

#### 4.) Emphaty (Empati)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

#### 5.) Responsiveness (Daya Tangkap)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi tersebut untuk membentuk penilaiannya kepada perusahaan yang di dapat dari hasil perbandingan antara harapan dan apa yang ia dapat terhadap jasa.

### **2.5. Hotel.**

hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, di sediakan kepada setiap orang untu memperoleh pelayanan dan penginapan serta makanan dan minuman. Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus, Menurut Hotel Proprietors dalam Sulistiyono (2006)

Menurut keputusan Dirjen Pariwisata No 14 tahun 2006 hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bagian bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan, minum, serta jasa lainnya bagi umum dikelola secara komersial serta memiliki persyaratan tertentu, sedangkan dengan akomodasi yang dimaksud sebagai sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dilengkapi dengan makanan dan minuman, serta jasa lainnya.

### 2.5.1. Jenis Hotel

Penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan konsumen dan ciri ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan dari hal tersebut, dapat di lihat dari lokasi dimana hotel dibangun. Suwithi (2010:20) mengelompokan jenis hotel seperti berikut :

a. City Hotel

Merupakan hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya diperuntukan kepada masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). City Hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya di huni oleh para pelaku bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut

b. Residential Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat –tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karna di peruntukan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu yang lama. Dengan sendirinya hotel ini di lengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

c. Resort Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pegunungan (*mountain hotel*) atau di tepi pantai (*beach hotel*) , di tepi danau atau tepi sungai. Hotel seperti ini terutama di peruntukan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.

d. Meotel (Motor Hotel)

Hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggir jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini di peruntukan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri. Oleh karena itu hotel ini menyediakan fasilitas garasi untuk mobil.

Menurut Tarmoezi (dalam Budi 2013:14) dari banyaknya kamar yang di sediakan , hotel dapat di bagi menjadi :

a. Small Hotel

Jumlah kamar yang tersedia maksimal sebanyak 28 kamar.

b. Medium Hotel

Jumlah kamar yang disediakan antara 28-299 kamar.

c. Large Hotel

Jumlah kamar yang disediakan sebanyak lebih dari 300 kamar.

### 2.5.2. Klasifikasi Hotel

Menurut keputusan direktorat Jendral Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no 22/U/VI/1978 tanggal 12 Juni (Endar Sri : 9). Klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara satu sampai lima. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, semakin berkualitas hotel tersebut.

Klasifikasi yang berlaku seperti:

- 1.) Jumlah kamar
- 2.) Fasilitas dan peralatan yang di sediakan
- 3.) Model sistem pengelolaan
- 4.) Bermotto pelayanan

Penijauan terhadap kelas kelas hotel ini dilakukan setiap 3 tahun sekali . pengklasifikasian tersebut di dasarkan pada:

- 1.) Peralatan fisik yang meliputi luasan bangunan, kontruksi(desain dan dekorasi), entrance, tangga fasilitas listrik darurat, lift , telepon.
- 2.) *Bedrooms* meliputi ukuran (single, double, triple), suites , handuk, ruang service,gudang , tempat duduk, pencahayaan, dan lain lain
- 3.) Kamar mandi meliputi jumlah, ukuran,standar, fasilitas dalam kamar mandi.
- 4.) Area publik meliputi toilet umum, koridor, ruang resepsi, tempat parkir,area hijau.
- 5.) Service makanan dan fasilitas rekreasi meliputi lounge, breakfast room service, restaurant, bar , dan lain lain.

- 6.) Service meliputi service penerima tamu, service medical, service kasir, laundry, dan lain lain.

Berikut adalah tabel yang menjelaskan secara singkat mengenai tipe hotel berdasarkan ukuran atau kelas hotel :

**Tabel 2.1 Klasifikasi hotel berdasarkan bintangnya**

Bintang	Persyaratan
Satu(*)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah kamar minimal 15 kamar</li> <li>b. Kamar mandi didalam kamr</li> <li>c. Luas kamar standar minimum 20 m2</li> </ul>
Dua (**)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah kamar standar minimal 20</li> <li>b. Jumlah kamar suite minimal 1 kamar</li> <li>c. Kamar mandi dalam kamar</li> <li>d. Luas kamar standar minimum 22 m2</li> <li>e. Luas kamar suite minimal 44 m2</li> </ul>
Tiga (***)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah kamar standar minimal 30 kamar</li> <li>b. Jumlah kamar suite minimal 2 kamar</li> <li>c. Kamar mandi didalam kamar</li> <li>d. Luas kamar standar minimum 24 m2</li> <li>e. Luas kamar suite minimal 48 m2</li> </ul>
Empat (****)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah kamar standar minimal 50 kamar</li> <li>b. Jumlah kamar suite minimal 3 kamar</li> <li>c. Kamar mandi didalam kamar</li> <li>d. Luas kamar standar minimum 24 m2</li> <li>e. Luas kamar suite minimum 48 m2</li> </ul>
Lima (*****)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah kamar standar minimal 100 kamar</li> <li>b. Jumlah kamar suite minimal 4 kamar</li> <li>c. Kamar mandi didalam kamar</li> <li>d. Luas kamar standar minimal 26 m2</li> <li>e. Luas kamar suite minimal 52 m2</li> </ul>

Sumber : Suwithi (2010)

## 2.6. Teknologi Informasi

Teknologi informasi (TI) adalah sesuatu yang digunakan untuk menciptakan sistem informasi, termasuk di dalamnya adalah komputer, diskfile, modem dan lain lain yang semuanya merupakan perngkat keras serta perangkat lunak yang digunakan untuk mengimplementasikan sistem yang berbasis komputer. Teknologi Informasi (TI) atau *information technology* (IT) yang populer pada saat ini adalah bagian dari mata rantai panjang dari perkembangan istilah dalam dunia sistem informasi (SI) Fauzi(2008:5).

Istilah teknologi informasi memang lebih merujuk kepada teknologi yang digunakan dalam mencapai maupun mengolah informasi, namun pada dasarnya masih merupakan bagian dari sebuah sistem informasi itu sendiri. Ada banyak definisi dari *information technology* itu sendiri, berikut adalah salah satu definisi dari teknologi informasi atau *information techology* yang diambil dari *Information Technology Training Package ICA99* bahwa industri teknologi informasi didefinisikan sebagai pengembangan teknologi berbasis komunikasi untuk memproses , penyajian, pengelolaan data, dan informasi.

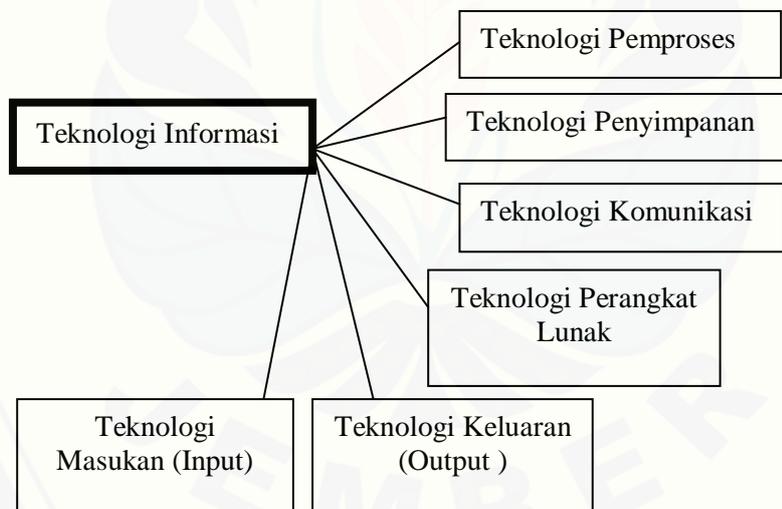
Berikut adalah beberapa pengertian Teknologi informasi menurut para ahli (dalam Sutabri, 2014) :

- a. William dan Sawyer (2003) : menuturkan bahwa pengertian teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputerisasi (komputer) dengan jalur komunikasi kecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video.
- b. Martin (1999) : Teknologi informasi merupakan teknologi yang tidak hanya pada komputer (perangkat lunak) yang akan di gunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim dan menyebar luaskan informasi.
- c. Haag dan Keen (1996): Teknologi Informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas – tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi.

d. Sedangkan menurut Oxford English Dictionary, pengertian teknologi informasi adalah hardware dan software , bisa masuk di dalamnya jaringan telekomunikasi yang bisanya adalah knteks bisnis atau usaha.

Secara sederhana, pengertian teknologi informasi merupakan segala fasilitas yang terdiri dari perangkat keras dan pernagkat lunak guna membantu serta meningkatkan kualitas informasi untuk masyarakat atau manusia secara cepat dan berkualitas dengan jangkauan yang luas san lebih besar. Atau dapat juga disimpulkan bahwa teknologi informasi terdisi dari teknologi komputer dan teklekomunikasi, teknologi komputer didasarkan kepada perangkat keras dan perangkat lunak yang di perlukan untuk menyimpan dan memproses data. Teknologi komunikasi sendiri dari peralatan dan perangkat lunak yang di perlukan untuk mentransmisikan data informasi.

Teknologi informasi di kelompokkan menjadi :



**Gambar 2.1** Pengelompokan teknologi Informasi

Sumber : Diolah tahun (2019)

Dapat di ketahui fungsi teknologi informasi menurut Sutarman (2009:18) , mempunyai 6 (enam) fungsi yaitu :

1) Menangkap (*capture*)

Yaitu merupakan suatu proses penangkapan data yang akan menjadi data masukan

- 2) Mengolah (*processing*)
  - a. Mengkomplikasi data rinci
  - b. Pemrosesan data
  - c. Pemrosesan informasi
- 3) Menghasilkan (*generating*)

Menghasilkan atau mengordinasikan informasi informasi ke dalam bentuk yang berguna.
- 4) Menyimpan (*storage*)

Merekam atau menyimpan data dan informasi dalam suatu media yang dapat dipergunakan untuk keperluan lainnya.
- 5) Mencari kembali (*retrival*)

Menelusuri, mendapatkan kembali informasi atau menyalin (*copy*) data dan informasi yang suda tersimpan.
- 6) Transmisi (*transmission*)

Mengirim data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lai melalui jaringan komputer.

Serta mempunyai tujuan menurut Sutarman (2009:17) sebagai berikut :

- a. Untuk memecahkan masalah
- b. Untuk membuka kreativitas
- c. Untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.

### 2.6.1. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Tujuan teknologi informasi adalah untuk memecahkan permasalahan, membuka kreatifitas, dan membuat seseorang menjadi lebih efektif dalam melakukan pekerjaannya, dibandingkan tidak menggunakan teknologi informasi. Berikut adalah contoh peranan teknologi informasi di berbagai bidang menurut Nurhada dan Yo Ceng Giap (2011:12) :

#### a. Dibidang Industri

Dibidang industri, komputer telah digunakan untuk mengendalikan mesin-mesin produksi dengan kecepatan tinggi komputer, *numerik control* pengawasan numerik atau perhitungan, *computer aided manufacture*, *computer aided design*, yaitu industri yang merancang desain sebuah produk yang akan di keluarkan oleh industri atau pabrik. Banyaknya industri garmen yang dilengkapi dengan kendali komputer, misalnya membuat perwarnaan, membuat bordir, dan sebagainya.

#### b. Bidang pendidikan dan Pelatihan

Selain digunakan sebagai alat bantu untuk pembelajaran interaktif, juga bersifat audio-visual untuk mempermudah proses pembelajaran itu sendiri. Dengan komputer kemudahan dalam mencari dan menyediakan bahan-bahan pembelajaran juga bisa di dapatkan, misalnya dengan adanya konsep perpustakaan elektronik (*e-library*) atau buku elektronik (*e-book*). Ditambah lagi dengan adanya internet, dimungkinkan untuk mencari koleksi perpustakaan berupa buku-buku, modul, jurnal, dan lain-lain. Bahkan saat ini sudah bisa dilakukan pembelajaran jarak jauh melalui internet yang dikenal dengan *electronic learning (e-learning)*.

#### c. Bidang Manajemen/Bisnis dan Perbankan

Dibidang bisnis baik perdagangan barang maupun jasa, peranan teknologi informasi akan sangat penting untuk kegiatan transaksi, baik rutin, periodik, maupun insidental dan menyediakan banyak informasi dengan cepat dan tepat. Di perusahaan dagang seperti *Matahari Departement Store*, telah dipergunakan mesin cash register (mesin kasir) yang dilengkapi dengan kendali komputer sehingga mesin tersebut dapat dikendalikan oleh pihak manager hanya dari ruang kerjanya secara cepat dan tepat.

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi kebijakan dan strategi dunia usaha perbankan yang selanjutnya lebih mendorong inovasi dan persaingan di bidang layanan perbankan yang berbasis teknologi tersebut terus berkembang mengikuti pola kebutuhan nasabah bank. Salah satu solusi sistem informasi perbankan telah diperkenalkan oleh perusahaan besar seperti *Hewlett-Packard* (HP) bekerja sama dengan Infosys telah memperkenalkan solusi *core banking*, yang disebut *finance* kepada bank bank di Indonesia.

d. Bidang kesehatan

Teknologi informasi di bidang kesehatan atau kedokteran komputer juga telah memperlihatkan peran yang sangat signifikan untuk menolong jiwa manusia, dan riset di bidang kedokteran. Komputer digunakan untuk mendiagnosis penyakit, menemukan obat yang tepat, serta menganalisis organ tubuh manusia bagian dalam yang sulit di lihat

e. Bidang kepolisian

Kepolisian menggunakan teknologi informasi untuk melakukan berbagai aktifitas. Contoh umumnya adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk membuat SIM (surat izin mengemudi). Dengan menggunakan teknologi informasi, yang melibatkan komputer, kamera digital, perekam sidik jari , dan pencetak kartu SIM. Teknologi pencocokan ( *pattern recognition*) digunakan untuk mempermudah pencarian sidik jari , dan pengenalan wajah (*face recognition* )yang tersimpan di basis data.

f. Bidang pemerintahan

Penggunaanya mulai dari sekedar untuk mengolah data administrasi tata usaha, pelayanan masyarakat (public service), pengolahan, dan dokumentasi data penduduk , perencanaan, sttistika, pengambilan keputusan , dan lalin-lain. E-goverment adalah penggunaan teknologi informasi yang dapat meningkatkan hubungan antar pemerintahan dan pihak-pihak lain.

Teknologi di hotel sering diterapkan pada dua tingkat yang berbeda, yang pertama adalah tingkat operasional dan managerial serta untuk layanan tamu dalam kamar (Lee, Barker, dkk dalam Cihan Cobanoglu, 2011). Berorientasi tamu, Fasilitas teknologi biasanya diperkenalkan untuk meningkatkan kepuasan tamu serta kinerja dan fungsi dari staf hotel. Fasilitas dalam kamar teknologi, yang dirancang untuk menyediakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman. Mungkin termasuk mini bar, kunci elektronik, dan brankas, jam alarm, komputer, sistem hiburan, sistem kontrol, sistem keamanan dan lain-lain. Pemanfaatan teknologi informasi pada hotel merupakan hal yang penting dalam meningkatkan nilai tambah kepada konsumen. Teknologi informasi selanjutnya menjadi fokus baru di industri perhotelan. Teknologi informasi sebelumnya hanya berfokus memberi solusi kepada manajemen saja, namun saat ini teknologi berguna untuk meningkatkan daya saing di era pelanggan terdigitalisasi (Cihan Cobanoglu, dkk 2011).

#### 2.6.2. Indikator Pemanfaatan Teknologi Informasi

Dalam Wijana (2007:109) dijelaskan pengukuran pemanfaatan teknologi informasi adalah sebagai berikut :

1.) Intensitas Pemanfaatan (*Intensity of use*)

Menurut Ardi Hamzah, minat atau intensitas pemanfaatan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi sistem informasi akan menumbuhkan perilaku yang menunjang pemanfaatan teknologi informasi. Intensitas pemanfaatan teknologi informasi diukur dari keseringan konsumen untuk memanfaatkan fasilitas teknologi informasi.

2.) Frekuensi pemanfaatan (*Frequency of use*)

Menurut Siti Taufik Muntinah dkk (2012) pengukuran sesungguhnya (*actual use*) diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaannya. Seperti banyaknya penggunaan teknologi informasi harian yang digunakan konsumen.

- 3.) Jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan (*diversity of software package use*)

Menurut Jugiyanto dan Abdilah (2010), teknologi informasi sangat dibutuhkan organisasi untuk membantu mencapai tujuannya, namun pengadaan teknologi informasi membutuhkan investasi yang besar dan harus dijalankan dengan maksimal. Teknologi yang beragam juga membantu perusahaan dalam proses optimalisasi suatu layanan.

## **2.7. Perilaku Konsumen**

### **2.7.1. Definisi Perilaku Konsumen**

Konsumen memberikan sumbangan penting bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, tanpa konsumen individu, produk jasa yang dihasilkan perusahaan tidak mungkin bisa laku terjual. Konsumen individual lah yang yang langsung mempengaruhi kemajuan dan kemunduran perusahaan. Jantung dari pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen, yaitu tentang bagaimana konsumen mengambil keputusan terhadap pembelian dan penggunaan sebuah layanan dan apa yang menentukan kepuasan setelah mengkonsumsi jasa tersebut. Menurut Engel (dalam Mangkunegara, 2005:3), mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah sebuah tindakan-tindakan individu maupun kelompok yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Menurut Kotler (2005) perilaku konsumen itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

a. Faktor sosial

perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok acuan, kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang

b. Faktor personal

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi

c. Faktor psikologis

Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

d. Faktor budaya

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian konsumen dalam faktor kebudayaan ini terdapat beberapa komponen antara lain: Budaya, budaya merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari segi keinginan dan perilaku seseorang karena kebudayaan menyangkut segala aspek kehidupan manusia.

## 2.8. Kepuasan Konsumen

### 2.8.1. Konsep Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen. Soelasih dalam Wijaya(2011) mengemukakan bahwa:

- a. Nilai harapan = nilai persepsi konsumen pusa.
- b. Nilai harapan < nilai persepsi maka konsumen sangat puas.
- c. Nilai harapan > nilai persepsi maka konsumen tidak puas.

Nilai harapan dibentuk melalui pengalaman masa lalu, komentar atau saran dari penggunaan informasi dari pesaing. Adapun tiga harapan mengenai suatu produk atau jasa yang diidentifikasi oleh beberapa peneliti yaitu ;

- 1.) Kinerja yang wajar.
- 2.) Kinerja yang ideal .
- 3.) Kinerja yang di harapkan.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan, jika kinerja di bawah harapan, konsumen tidak akan puas. Jika kinerja menuhi harapan maka konsumen akan senang. Jika melebihi harapan, konsumen akan amat puas dan senang (Kotler 2002:177).

Menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar. Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen merupakan hal yang paling penting , karena jika konsumen merasa puas dengan produk/ jasa tersebut. Maka posisi produk atau jasa tersebut akan baik di mata pasar. Apa yang di inginkan dan diharapkan oleh sang konsumen adalah suatu faktor yang harus di pertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan di lakukan oleh perusahaan (Oliver 2007:31).

Dari beberapa pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa kepuasan merupakan respon dari konsumen berupa perilaku yang di tunjukan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jika hasil yang di rasakan di bawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa, sebaliknya jika yang dirasakan konsumen tersebut diatas harapan, maka konsumen akan merasa puas.

#### 2.8.2. Faktor Faktor Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang berhubungan dengan produk adalah :

a. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk agar produk tersebut memiliki nilai tambah

b. Hubungan Antara Nilai Sampai Pada Harga

Merupakan hubungan antara nilai harga dan nilai produk yang di tentukan oleh perbedaan antara nilai yang di terima dengan harga yang dibayarkan terhadap suatu produk

c. Bentuk Produk

Merupakan komponen fisik dari suatu produk

d. Keandalan

Merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan adalah :

a. Jaminan

Merupakan suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk sesuaidengan apa yang di janjikan

b. Respon dan Cara Pemecahan Masalah

*Response to and Remedy of Problems* merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh konsumen.

### 2.8.3. Indikator Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena dalam hasil pengukuran tersebut dapat di ketahui pencapaian pelayanan dalam perusahaan, sehingga perusaha dapat menjadikannya tolak ukur dalam pencapaian selanjutnya.

Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2005:101) atribut pengukuran kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan

merupakan tigtat kesesuaian antara kinerja produk yang di harapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

3. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

#### 2.8.4. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2002:38) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, adalah sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*)

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan dengan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Salah satu cara guna mendapat atau memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Biasanya para *ghost shopping* diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan secara spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

c. Analisis pelanggan yang lari

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh kepercayaan kepada pelanggannya. Selain itu survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuisioner oleh karyawan perusahaan agar dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan jasa perusahaan tersebut.

Sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang di anggap kurang oleh pelanggan.

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam upaya penyediaan layanan yang lebih baik, lebih efisien, serta perlu sebagai pengkoreksian perusahaan untuk pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih kompleks. Bagi konsumenn konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi yang lebih jelas tentang ukuran kepuasan dari konsumen lain terhadap produk/jasa tertentu. Dengan informasi yang berkualitas, konsumen diharapkan mampu membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana dan mampu menghindari pengalaman buruk dari konsumen lainnya atau dapat di sebutkan, dapat menjadi acuan dalam mengevaluasi kinerja suatu perusahaan / produk, pemahaman atas hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha juga berguna dalam memberikan informasi tentang alternatif tindakan dan prosedur yang bisa di lakukan bila konsumen tidak puas terhadap produk / jasa perusahaan spesifik. (Tjiptono, 2008 :38)

**Tabel 2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha Menurut UU Perlindungan Konsumen**

Hak/Kewajiban (1)	Konsumen Pasal (2)	Pelaku Usaha Pasal 6 (3)
Hak	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa.</li> <li>2. Hak untuk memilih barang / jasa serta mendapatkan barang/ jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan barang/ jasa.</li> <li>3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan jasa yang diperdagangkan</li> <li>2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.</li> <li>3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.</li> </ol>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang di gunakan.</li> <li>2. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.</li> <li>3. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan jasa yang diperdagangkan</li> </ol>

(1)	(2)	(3)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.</li> <li>5. Hak untuk mendapatkan kompensasi , ganti rugi, dan penggantian, apabila barang atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagai mana mestinya</li> </ol>	
Kewajiban	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian barang dan jasa demi keselamatan dan keamanan.</li> <li>2. Beritikat baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.</li> <li>3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beritikat baik dalam melakukan usahanya.</li> <li>2. Memberikan informasi yang benar, jujur mengenai kondisi jaminan barang.</li> <li>3. Melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi.</li> <li>4. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang dibuat dan di perdagangkan.</li> <li>5. Memberi kompensasi , ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, atau jasa yang di perdagangkan.</li> <li>6. Memberi kompensasi atau ganti rugi dan penggantian apabila barang atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian.</li> </ol>

Sumber : Tjipto (2008:35)

## 2.9. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tipe Penelitian	Analisis	Hasil
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Ayu Melinda (2017)	Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Kasus Pada PT.Pos Indonesia (Persero) Surakarta)	Kuantitatif	Regresi Linier Berganda, Uji Validitas dan reabilitas, Uji Asumsi Klasik.	Penggunaan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT.Pos Indonesia (persero) Surakarta)
Rachma Imami (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada New Star Cineplex (NSC) Cabang Jember	Kuantitatif	Uji Validitas dan reabilitas, importance performance analysis, regresi linier berganda, diagram kartecius.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada New Star Cineplex cabang Jember

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Meliana Anitasari (2016)	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasa Matahari Departement Store Jember	Kuantitatif Asosiatif	Analisis Regresi Linier Berganda, Uji validitas, Uji reabilitas, Uji Asumsi klasik.	Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan
Muhammad miftahul Azim (2017)	Pengaruh Kualitas pelayanan Jasa Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo	Kuantitatif	Analisis regresi linier berganda, Uji reabilitas, Uji validitas,	Kualitas pelayanan jasa kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Satria Namira Husada Sidoarjo

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Milah Dustria (2004)	Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamart Brawijaya Jember.	Kuantitatif	Uji Validitas, Uji Reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipo .	Adanya Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamart Brawijaya Jember
Austin Helena (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember.	Kuantitatif	Uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis.	Adanya Hubungan Kualitas Pelayanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Kepuasan Konsumen di Hotel Bintang Mulia.

## 2.10. Hubungan Antar Variabel Bebas dan Variabel Terikat

### 2.10.1. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Dalam setiap perusahaan jasa, fokus utamanya adalah dengan menciptakan Hubungan jangka panjang dengan pengguna jasa atau pelanggan. Kelangsungan perusahaan dengan konsumen berkaitan erat dengan kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa. Menurut Tjiptono (2006:59) “kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Apabila serangkaian kegiatan dan pelayanan sampai kepada konsumen, maka kepuasan konsumenlah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu pelayanan yang di sajikan kepada konsumen. Menurut kotler (2005:36) mengatakan bahwa “ banyak perusahaan

berfokus pada kepuasan konsumen yang tinggi karena para konsumen yang merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas, lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merk, bukan hanya preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan yang tinggi” .

Dari keterangan tersebut, terlihat bahwa suatu produk jasa yang di konsumsi oleh konsumen bersamaan dengan proses produksinya. Hal ini yang membuat kualitas pelayanan menjadi penting untuk di optimalkan guna terwujudnya kepuasan konsumen. Tujuan utama hubungan pemasaran adalah untuk membangun dan mempertahankan konsumen yang komit yang menguntungkan perusahaan. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan akan memfokuskan pada penarikan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan dengan konsumen (Yazid, 2001).

#### 2.10.2. Hubungan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Kepuasan Konsumen

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan yang mendasar pada stuktur, operasi, dan manajemen organisasi (Sutabri,2014) . Berkat teknologi terdapat kemudahan yang dirasakan.

Menurut (Sanjaya,2005) Faktor pengguna merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diperhatikan dalam penerapan suatu teknologi. Karena tingkat kesiapan pengguna menggunakan teknologi tersebut memiliki pengaruh besar dalam menentukan keberhasilan penerapan teknologi tersebut. Salahsatu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu adalah *Technologi Acceptance Model (TAM)*. TAM merupakan suatu teori yang menawarkan suatu penjelasan kuat dan sederhana untuk menerima teknologi dan perilaku para penggunanya.

Dalam TAM terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Yaitu :

- 1.) Presepsi pengguna terhadap manfaat teknologi
- 2.) Presepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi.

Dampak strategis dari pemanfaatan teknologi informasi menunjang dan membantu organisasi dalam melaksanakan dan mencapai strategi secara keseluruhan.

### **2.11. Kerangka Konsep Penelitian**

Persaingan di era modern ini memerlukan strategi yang dapat memanfaatkan semua kekuatan dan kelemahan yang ada, melalui pengambilan keputusan yang didasarkan oleh informasi yang berkualitas oleh manager. Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan di dalam persaingan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan serta mengubah konsumen menjadi pelanggan karena kepuasan pelayanan yang ia dapatkan.

Menurut Tjiptono (2008) dimensi dalam kualitas pelayanan dapat dibagi menjadi

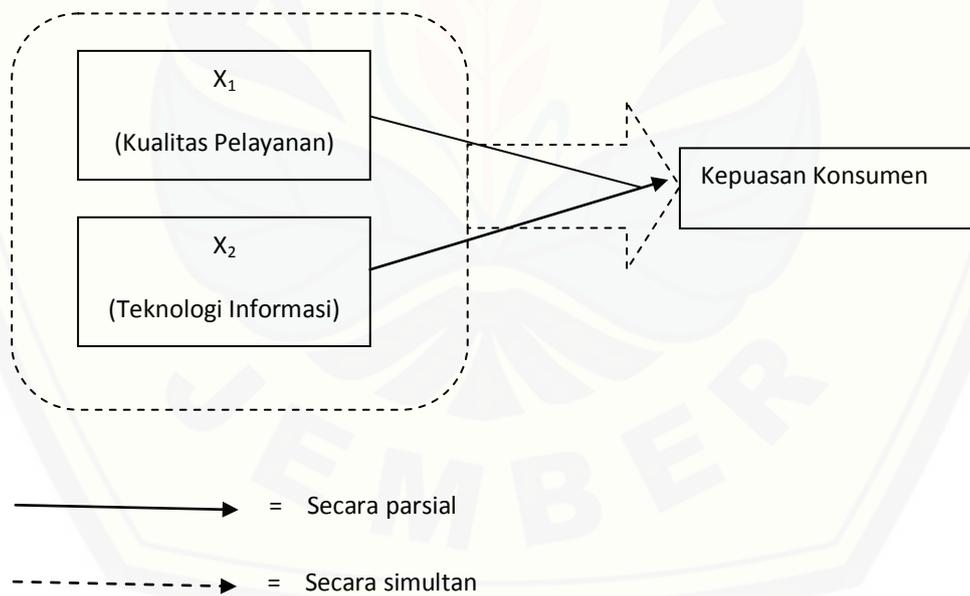
- 1.) Tangible,
- 2.) Reliability,
- 3.) Assurance
- 4.) Emphaty
- 5.) Responsive

Informasi yang berkualitas akan terbentuk dari adanya sistem informasi yang dirancang dengan baik, pemanfaatan teknologi yang baik akan meningkatkan kinerja serta meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan model penerimaan teknologi yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja.

Berikut adalah indikator yang dikemukakan dalam Wijaya (2011:109) adalah:

- 1.) Intensitas pemanfaatan.
- 2.) Frekuensi pemanfaatan.
- 3.) Jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

Kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, dimana kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dimana kepuasan konsumen dapat di indikasikan dengan minat berkunjung kembali, dan kerelaan untuk merekomendasikan. Maka dapat di simpulkan dalam kerangka pemikiran berikut :



**Gambar 2.3 Kerangka Konsep Penelitian.**

### 2.12. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:70) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya, dimana dalam rumusan masalah penelitian telah di nyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum didasaekan pada fakta-fakta empiris. Keberadaan dari hipot. esis itu harus di buktikan melalui data yang terkumpul. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember.

H2 : Ada pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember.

H3 : Ada pengaruh kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember.

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Metode (method), secara harfiah berarti cara. Selain itu metode atau metodik berasal dari bahasa Yunani, *methe* (melalui atau melewati), dan *hodos* (jalan atau cara), jadi metode bisa berarti jalan atau cara yang harus dilalui untuk mencapai tujuan atau sesuatu yang kita inginkan. Dapat juga disebutkan bahwa metode adalah prosedur atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu, kemudian ada satu istilah lain yang erat kaitannya dengan dua istilah ini, yakni teknik yaitu cara yang spesifik dalam memecahkan masalah tertentu yang ditemukan dalam melaksanakan prosedur. Adapun definisi metodologi penelitian menurut Sugiono (2010:2) cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa metodologi penelitian merupakan cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan berupa membuktikan kebenaran dari sebuah data, sehingga peneliti dapat mengambil kesimpulan dari pemecahan suatu masalah tersebut.

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sesuai dengan tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bintang Mulia Jember, serta mengacu pada rumusan masalah yang telah ditetapkan.

### 3.2 Rencana Penelitian

Pendekatan dari penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiono, 2012:11).

### 3.3 Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menginap di Hotel Bintang Mulia Jember.

Adapun pengertian sample di utarakan oleh Sugiyono (2010:81) bahwa sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sample pada penelitian ini adalah *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan (Sugiono 2005:85) , artinya siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel , bila di pandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Adapun Kriteria yang digunakan sebagai syarat responden adalah sebagai berikut:

- 1.) Responden berusia 17 tahun keatas dengan asumsi pada usia tersebut dirasa responden sudah cukup dewasa dan mengerti serta dapat menanggapi dari masing-masing pertanyaan dalam kuisisioner penelitian dengan baik.
- 2.) Responden merupakan konsumen yang pertamakali datang menginap di Hotel Bintang Mulia.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus Ferdinand (2005:75) , bahwa dalam menentukan ukuran sampel yang representatif adalah bergantung kepada jumlah indikator yang digunakan. Dimana jumlah sampel didapatkan dari jumlah indikator dikali 5 sampai dengan 10. Dalam penelitian ini terdapat 11 indikator , maka jumlah sampel yang digunakan adalah  $11 \times 7 = 77$  responden. Peneliti memilih nilai 7 karena, nilai 7 merupakan nilai

yang berada di tengah yang merupakan jumlah dirasa cukup untuk menjadi nilai untuk menentukan responden, yang merupakan representatif dari konsumen yang pertama kali menginap di Hotel Bintang Mulia Jember. Peneliti akan mengumpulkan responden di Hotel Bintang Mulia sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan diatas , hingga mencapai jumlah sampel yang telah di tentukan.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan rumusan mengenai kasus dan variabel yang akan di cari untuk ditemukan dalam penelitian dunia nyata variabel didalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel, yaitu sebagai berikut:

#### 3.4.1 Variabel bebas atau *Independent Variabel* (X)

Variabel bebas atau yang dapat disebut juga *Independent variable* merupakan variable yang menjadi mempengaruhi (penyebab) timbulnya variabel lain dependent (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan pemanfaatan pemanfaatan teknologi informasi ( $X_2$ ).

##### a) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas dari perusahaan penyedia layanan kepada konsumennya, guna memenuhi harapan konsumen berupa rasa senang dan rasa nyaman. Beberapa indikatornya adalah :

##### 1.) Berwujud ( *Tangibel* )

Merupakan kemampuan dari suatu perusahaan dimana disanalah yang menjadi awal dari daya tarik bagi pihak *eksternal* atau konsumen. Karna apa yang konsumen inginkan pada mulanya berasal dari apa yang konsumen lihat, maka bukti fisik yang baik mempengaruhi persepsi pelanggan. Beberapa bukti fisik antara lain:

- a) Fasilitas fisik
- b) Tempat parkir
- c) Kerapihan dan kebersihan

## 2.) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan penyedia barang/ jasa dalam memberikan pelayanan yang telah di janjikan secara akurat dan memuaskan. Beberapa item yang digunakan adalah :

- a) Melakukan pelayanan sesuai dengan prosedur.
- b) Kemampuan memecahkan masalah .
- c) Sikap yang simpatik.

## 3.) Ketanggapan ( *Responsiveness* )

Ketanggapan merupakan kebijakan yang merupakann kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas kepada konsumen

- a) Memberikan informasi yang jelas.
- b) Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen.

## 4.) Jaminan ( *Assurance* )

Jaminan merupakan pengetahuan, kesopan santunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada para konsumen.

- a) Keamanan.
- b) Kesopanan.
- c) Jaminan kepastian harga dan waktu

## 5.) Empati (*Emphaty*)

Empati merupakan upaya memberikan perhatian yang tulus yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pegawai kepada konsumennya , guna memahami keinginan konsumen. Item yang digunakan adalah :

- a) Perhatian yang diberikan dari perusahaan kepada konsumen.
- b) Kemampuan pegawai dalam penyampaian informasi.

#### b) Pemanfaatan Teknologi Informasi

Pemanfaatan teknologi informasi merupakan aktifitas menggunakan sarana teknologi guna meningkatkan kinerja. pengukuran pemanfaatan teknologi informasi berdasarkan sebagai berikut :

1.) Intensitas pemanfaatan (*intensity of use*)

Intensitas pemanfaatan teknologi informasi merupakan keseringan konsumen untuk memanfaatkan fasilitas teknologi informasi.

2.) Frekuensi pemanfaatan (*frequency of use*)

Frekuensi pemanfaatan merupakan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi. Seperti banyaknya penggunaan teknologi informasi harian yang digunakan konsumen.

3.) Jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan (*diversity of software package use*)

Merupakan banyaknya perusahaan menginvestasikan teknologi atau banyaknya teknologi yang di hadirkan. Teknologi yang beragam juga membantu perusahaan dalam proses optimalisasi suatu layanan.

#### 3.4.2 Variabel Terikat atau *Dependent Variabel* (Y)

Variabel Y merupakan variabel terikat yaitu variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat dari varibel bebas. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen yang menginap pada Hotel Bintang Mulia. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

Indikator yang digunakan terdiri dari :

- a) Pelayanan pihak hotel yang sesuai atau melebihi dari harapan konsumen.
- b) Kesiediaan merekomendasikan.
- c) Minat berkunjung kembali.

Tabel 3.1 Pemetaan Operasional Variabel.

Variable	Indikator	Item
(1)	(2)	(3)
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	1. Berwujud ( <i>Tangible</i> )	a. Fasilitas fisik b. Tempat parkir c. Kerapihan dan kebersihan
	2. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	a. Melakukan pelayanan dengan prosedur. b. Sikap yang simpatik. c. Kemampuan memecahkan masalah
	3. Ketanggapan ( <i>Responsiviness</i> )	a. Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen b. Memberikan informasi yang jelas c. Berusaha memberikan solusi terbaik terhadap keluhan pelanggan
	4. Jaminan ( <i>Asurance</i> )	a. Keamanan b. Jaminan kepastian harga c. Jaminan kepastian waktu
	5. Empati ( <i>Emphaty</i> )	a. Perhatian yang diberikan perusahaan kepada konsumen. b. Kemampuan pegawai menyampaikan informasi. c. Karyawan menanyakan kebutuhan konsumen
Pemanfaatan Teknologi Informasi ( $X_2$ )	1. Intensitas Pemanfaatan ( <i>Itensity of use</i> )	a. Keseringan para konsumen memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia b. Konsumen memanfaatkan teknologi informasi guna mempercepat pelayanan yang di berikan

(a)	(b)	(c)
		c. Penggunaan teknologi informasi untuk menunjang pelayanan di hotel
	2. Frekuensi Pemanfaatan ( <i>frequency of use</i> )	a. Banyaknya pengguna teknologi informasi harian di suatu hotel b. Ketergantungan karyawan terhadap teknologi informasi guna memudahkan pekerjaannya c. Karyawan memanfaatkan teknologi untuk mempercepat pelayanan yang diberikan
	3. Jumlah aplikasi/perangkat yang digunakan ( <i>diversity of software package used</i> )	a. Keoptimalan layanan dengan dukungan teknologi informasi b. Mempunyai banyak perangkat teknologi informasi c. Kegunaan yang maksimal dari teknologi informasi di hotel
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Pelayanan yang baik	a. Mampu memenuhi harapan konsumen b. Kepuasan akan atitude para karyawan yang baik c. Kepuasan akan fasilitas yang disediakan
	2. Kesiediaan berkunjung kembali	a. Minat kembali menikmati service fi Hotel Bintang Mulia Jember b. Minat menikmati fasilitas di dalam hotel

(1)	(2)	(3)
		c. Mempunyai minat untuk berkunjung kembali
	3. Kesiediaan merekomendasikan	a. Minat untuk membuat saran kepada orang lain untuk menginap b. Mempunyai minat untuk memberikan kesan positif kepada orang lain c. Mengajak orang lain untuk menginap

### 3.5 Tahap Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang mengemukakan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen. Menurut Widoyoko (2013:18) data kuantitatif adalah data yang berwujud angka-angka sebagai hasil observasi atau pengukuran.

#### 3.5.2 Sumber Data

##### a. Data primer (Primary Data).

Hasan (2004:19) menyatakan bahwa data primer adalah data yang diperoleh atau di kumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.

Dapat juga merupakan sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data. Data primer pada penelitian ini di peroleh dari cara observasi umum pada Hotel Bintang Mulia Jember serta dengan cara melakukan pembagian kuisioner di Hotel Bintang Mulia Jember guna mendapat data .

##### b. Data Sekunder (Secondary Data)

Hasan (2004:19) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber sumber

yang telah ada. Sumber data ini biasanya diperoleh dari cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur buku. Dalam penelitian ini, data sekunder di dapatkan dengan cara mencari sumber data di perpustakaan berupa buku, dan e-book.

### 3.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

#### a. Kuisisioner

Sugiono (2010:19) menyatakan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Didalam penelitian ini, peneliti akan memilih responden yang sesuai dengan kriteria sample , dengan persetujuan konsumen, maka penulis akan mendapatkan data kuisisioner yang telah di setujui untuk di isi oleh konsumen.

#### b. Studi Dokumentasi

Pengumpulan data dengan membaca dan mengumpulkan informasi serta data-data yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik berupa buku, jurnal. Digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap dari data primer.

### 3.5.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi yang menjadi tempat penelitian untuk mengumpulkan data-data yang di perlukan dalam penelitian ini. Metode penentuan lokasi penelitian ini menggunakan *purposive area* yaitu tempat penelitian yang di tentukan dengan sengaja untuk mencapai tujuan tertentu (Arikunto, 2006:26) . Lokasi penelitian ini merupakan tempat yang bersedia untuk dijadikan lokasi penelitian. Lokasi ini di lakukan di Hotel Bintang Mulia Jember yang beralamat di Jalan Safari no 18 Jember. Adapun alasan di balik penelitian ini karena Hotel Bintang Mulia merupakan hotel bintang 3 yang telah berdiri sejak 2007 di Jember. Merupakan tempat yang strategis berada di tengah kota tetapi memiliki lingkungan yang tenang, tidak ada kebisingan dari kendaraan karna

lokasinya berada dikawasan perumahan elit yang merupakan hotel yang tepat bagi konsumen yang ingin beristirahat atau dalam kegiatan bisnis.

Penelitian ini dilaksanakan guna memperoleh data yang dibutuhkan terkait kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepuasan konsumen, agar peneliti dapat menemukan jawaban atas masalah yang telah di tentukan. Waktu penelitian yang dilaksanakan di Hotel Bintang Mulia Jember akan di lakukan terhitung 15 hari sejak diteruskannya surat ijin penelitian pada perusahaan. Dimulai dari tanggal 20 Juni smapai 11 Juli 2019, Namun tak menutup kemungkinan pelaksanaan kegiatan penelitian bisa lebih lama atau lebih cepat , sesuai dengan kebutuhan penelitan yang diperlukan.

### **3.6 Teknik Membagi Kuesioner**

Langkah awal dalam menyusun kuesioner adalah menentukan informasi apasaja yang di butuhkan,dan menyusun penulisan serta bahasa yang digunakan. Kuesioner harus menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah di mengerti responden.

Dalam pembagian kuesioner, pihak hotel menyarankan untuk menyerahkan kuesioner kepada pihak hotel untuk di isi konsumen, akan tetapi untuk meminimalisir kesalahan dan pertanyaan yang diutarakan terkait kuesioner, peneliti memilih untuk terjun langsung untuk menyerahkan kuesioner kepada konsumen dengan izin pihak hotel hingga memenuhi responden yang di butuhkan.

### 3.7 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiono (2012) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada didalam alat ukur , sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Untuk menghasilkan keakuratan, efisien, dan komuniatif, dengan skala pengukuran maka nilai yang di ukur dengan instrumen tertentu dinyatakan dalam bentuk angka. Skala *Likert* dalam penelitian ini terdiri dari 4 kategori jawaban dan masing-masing diberi skor :

- a. Skor 4 : Sangat setuju
- b. Skor 3 : Setuju
- c. Skor 2 : Tidak setuju
- d. Skor 1 : Sangat tidak setuju

Menurut Widiyoko (2017,104-106) pilihan respon skala empat mempunyai variabilitas respon yang lebih baik atau lebih lengkap di dibandingkan skala lima , sehingga mampu mengungkap lebih maksimal sikap responden untuk memilih alternatif tengah sebagai pilihan yang dianggap paling aman (cukup, netral atau ragu-ragu) .

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Uji validitas berfungsi untuk mengetahui valid tidaknya alat ukur yang digunakan mendapatkan data. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang akan diukur (Sugiono. 2012). Alat ukur di penelitian ini menggunakan kuesioner, dimana, uji validitas dapat di lakukan dengan menghitung masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik kolerasi *product moment*.

Rumus yang dimaksud adalah :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi

X : skor butir

Y : jumlah skor

n : banyaknya sampel

tingkat validitas dapat dilihat berdasarkan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka butir-butir dalam penelitian ini dinyatakan valid. Sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid.

### 3.8.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Reabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Teknik pengujian reabilitas pada penelitian ini menggunakan reliabilitas *alpha cronchach* (Sugiono,2005), Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Suatu instrument dikatakan reliable jika *cronhbarch alpha* memiliki nilai sebesar  $> 0,60$

$$\alpha = \frac{kr}{1+(k-1)r}$$

Keterangan :

$\alpha$  : koefisien reliabilitas

r : koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k : jumlah variabel

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus di penuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis ordinary least square , Sebelum dilakukan pengujian regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan di olah berikut :

a. Uji Normalitas Data

Ghozali (2011) berpendapat bahwa uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov Test* dengan ( $\alpha$ ) sebesar 5% (Ghozali 2013:160-165) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansi  $>0,05$  maka, data berdistribusi normal
- 2) Apabila signifikansi  $<0,05$  maka, data tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105-106) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independent, jika nilai VIF $<10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011: 139-143) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Pengujian pada penelitian ini menggunakan *grafik plot* antara nilai prediksi variabel dengan residual nya. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y

d. Autocorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1(sebelumnya) (Ghozali, 2011: 110). Tetapi uji ini tidak digunakan dalam penelitian ini.

### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengertian regresi linier berganda menurut Sugiono (2010 :277) adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent, bila dua atau lebih variabel independent

sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier berganda berguna untuk mengukur antara pengaruh variabel bebas yang lebih dari satu, terhadap variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- a : Konstanta atau besarnya koefisien masing-masing variabel sama dengan nol
- Y : Kepuasan konsumen
- X<sub>1</sub> : Variabel kualitas pelayanan
- X<sub>2</sub> : Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi
- B<sub>1</sub> : Besarnya pengaruh kualitas pelayanan
- B<sub>2</sub> : Pengaruh pemanfaatan teknologi informasi
- E : Faktor pengganggu

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode yang didasarkan pada pengambilan keputusan berbasis data. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y). analisis ini bertujuan untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti berupa data-data untuk mengetahui hasil signifikan pada masing-masing variabel. Terdiri dari:

#### 1.) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari variabel independent (X) terhadap dependent (Y) secara parsial. pengujian menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha=5\%$ ).

dengan rumus :

$$t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

- Keterangan : t : Test signifikan dengan angka korelasi
- b<sub>i</sub> : Koefisien regresi
- Se(b<sub>i</sub>) : Standar error dari koefisien korelasi

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis adalah :

a. Merumuskan hipotesis menggunakan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a$  : ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi dalam penelitian ini  $\alpha=0,05$

c. Menghitung nilai t

d. Pengambilan keputusan meliputi

1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  :  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, hal ini berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat.

2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  :  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, hal ini berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat.

2.) Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat.

Dengan rumus :

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan :

F : pengujian secara simultan

$R^2$  : koefisien determinasi

K : banyaknya variabel

N : banyak sampel

Kriteria pengambilan keputusan :

a)  $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

b)  $H_0 : b_1, b_2 = 0$

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, tidak ada pengaruh simultan antar variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ )

c) Menentukan taraf signifikansi

d) Membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat

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

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent (Ghozali, 2011:97)

$$R^2 = \frac{b^1 X_1 Y + b^2 \sum X_2 Y + b^3 \sum X_3 Y + b^4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

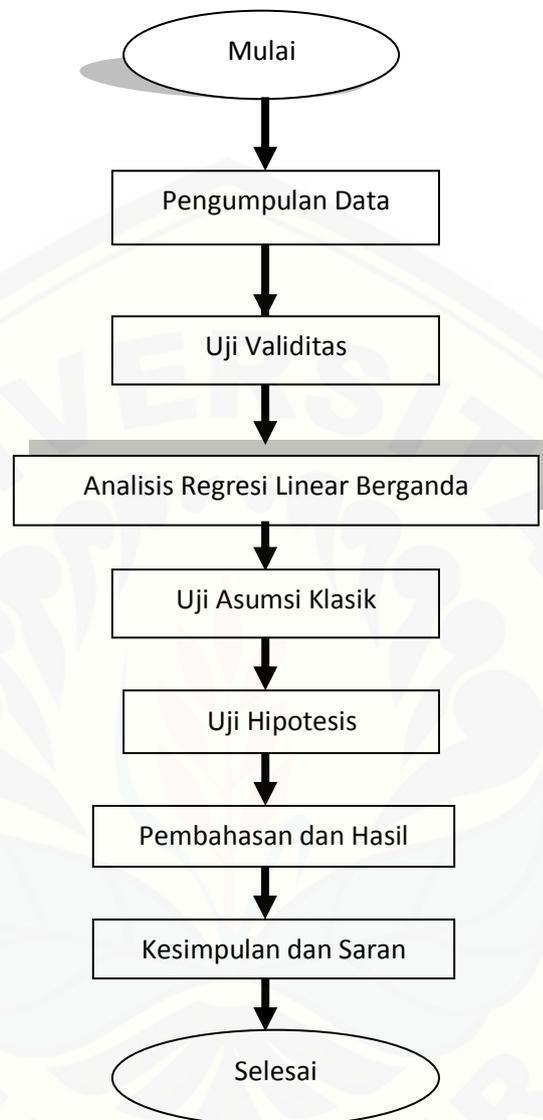
$R^2$  : koefisien determinasi berganda

$Y$  : variabel terikat (*dependent*)

$X$  : variabel bebas (*independent*)

$B$  : koefisien regresi linier

### 3.9 Kerangka Pemecahan Masalah



3.1 Gambar kerangka pemecahan masalah

### Keterangan Kerang Pemecahan Masalah

#### 1.) Mulai

Merupakan tahap awal atau persiapan sebelum melakukan suatu penelitian.

#### 2.) Pengumpulan Data

Merupakan tahap observasi atau pencarian data , data ini di dapat dari Hotel Bintang Mulia Jember.

#### 3.) Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan alat yang dipakai untuk mengetahui bahwa kuisisioner yang di bagikan pad saat penelitian telah valid dan reliable, jika belum, perlu adanya perbaikan.

#### 4.) Analisis data

Analisis yang di gunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

#### 5.) Uji asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinealitas dan heteroskedastisitas

#### 6.) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan beberapa macam alat uji seperti uji t, uji F, uji  $R^2$ . Untuk melihat pengaruh setiap variabel yang di ukur

#### 7.) Pembahasan dan Hasil

Pada tahap ini dilakukan pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan.

#### 8.) Kesimpulan dan saran

Menarik kesimpulan dari analisis dan memberikan saran yang sesuai dengan perhitungan yang telah di lakukan.

#### 9.) Selesai

Berakhirnya penelitian yang di lakukan.

## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan, penggunaan teknologi informasi dan kepuasan konsumen maka kesimpulan dari penelitian ini antara lain.

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Bintang Mulia maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan, dibuktikan dengan hasil uji t dengan t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,278 > 1,993$ ) dengan signifikansi sebesar 0,000.
- b. Penggunaan teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa semakin baik penggunaan teknologi informasi pihak Hotel Bintang Mulia maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan, dibuktikan dengan hasil uji t ( $3,557 > 1,993$ ) dengan signifikansi sebesar 0,001.
- c. Kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan penggunaan teknologi informasi yang maksimal, maka kepuasan konsumen akan meningkat, dibuktikan dengan hasil pengujian uji F memperoleh f hitung 244,902 yang lebih besar dari t hitung ( $df_1=1$  ;  $df_2=75$ ) yang memiliki nilai 3,97.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti maka saran yang dapat diberikan antara lain.

- a. Bagi Pihak Perusahaan

Bagi pihak pengelola Hotel Bintang Mulia Jember sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan indikator berwujud atau *tangible* karena bukti fisik menjadi penilaian pertama bagi konsumen untuk menentukan puas atau tidak terhadap jasa yang diberikan. Pihak Hotel harus

meningkatkan kebersihan yang ada di lingkungan Hotel dengan pembersihan berkala yang lebih sering. Pengelola Hotel Bintang Mulia juga harus memperhatikan penggunaan teknologi informasi yang berkaitan dengan penggunaan frekuensi pemanfaatan , dimana karyawan Hotel Bintang Mulia harus lebih cepat dalam mengangkat telepon dari konsumen saat konsumen membutuhkan layanan kamar, karena berdasarkan persepsi responden mendapat nilai paling rendah dibanding item-item yang lain dalam penelitian.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan bahwa hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan Penggunaan teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan di sebuah hotel.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono (2006). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung; Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik.2017.Direktori Hotel Provinsi Jawa Timur.  
<https://jatim.bps.go.id/publication/2018/08/08/27fda81d4ff2fe1e489196cb/direktori-hotel-provinsi-jawa-timur-2017> [diakses pada 3 Juli 2019].
- Budi Agung P. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: CV.Andi.
- Cobanoglu Cihan dkk. 2011. The Impact of Technology Aminities on Hotel Guest Overall Statisfaction. *Journal of Qualitu Assurance in Hospitaly & Tourism*. 12: 5.
- Fauzi , Ahmad. 2008 . *Pengantar Teknologi Informasi* . Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ferdinand. 2005. *Stuctural Equation Modellingh dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 3. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gamal,Suwantoro. 2001. *Dasar Dasar Pariwisata*, Andi Offset : Yogyakarta.
- Ghozali, Imam.2011. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- \_\_\_\_\_.2013. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS, Edisi ke 7*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan.2004.*Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta:Bumi Aksara.
- I Gusti Bagus Raii. (2015). Strategi Pemasaran Jasa Hotel Menghadapi Era MEA. Market Value Creation Based on The Service Profit Chain Model. 2. Retrieved \_\_\_\_\_ from [https://www.academia.edu/11563772/STRATEGI\\_PEMASARAN\\_JASA\\_HOTEL\\_MENGHADAPI\\_ERA\\_MEA\\_2015](https://www.academia.edu/11563772/STRATEGI_PEMASARAN_JASA_HOTEL_MENGHADAPI_ERA_MEA_2015).
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Indeks.
- \_\_\_\_\_.(2002).*Manajemen Pemasaran,Edisi Milenium*. (2002). Jakarta:

PT.Prehalindo.

\_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan II*. Jakarta: PT. Indeks.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Kedua)*. Jakarta: Salemba Empat.

Murhada dan Yo Ceng Ghiap. 2011. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Oliver, Sandra. 2007. “Strategi Public Relations”. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Pemerintah Kabupaten Jember. 2013. *Pertumbuhan Hotel Percepat Jember Menjadi Daerah Tujuan Wisata*  
[<http://www.jemberkab.go.id/pertumbuhan-hotel-percepat-jember-menjadi-daerah-tujuan-wisata/>]

Pristanto, Yanuar, (2012), *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap di Hotel Bintang Mulia Jember*, Universitas Jember, Vol.1, No.6.  
[<http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/57603/Yanuar%20Pristanto.pdf;sequence=1>]

Rangkuti, Firend A, & Abadi. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Russel S. Roberta, Robert G. Murdick, Cengiz Haksriver. 2000. *Service Management and Operation*. New Jersey. Prentice-Hall.

Sanjaya, I Putu Sugihata, (2005), *Pengaruh Rasa Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Berprilaku para Mahasiswa Dalam Penggunaan Internet (Study Empiris Pada Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta)*, *Kinerja*, Vol.9, No.2.

Sugiono. 2012 *Metode Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2010 *Metode Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Sunarto . 2004. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CV. Ngeksigondo MSU.

Sutabri, Tata. 2014. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sutarman, 2009. *Pengantar Teknologi Informasi*. Bumi Aksara : Jakarta

- Suwithi,W.2010. *Pengelolaan Hotel Training Berdasarkan Prinsip Management Hotel Berbintang*. Bandung :ALFABETA.
- Tjiptono,Fandy, Chandra Gregorius.2008. *Pemasaran Strategik*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy. 2005. *Pemasatan Jasa, Edisi 1*. Malang: Banyumedia Publishing.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Toni Wijaya.(2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta. PT INdeks.
- Umar,Huzein. 1999. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran (cetakan kedua)*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utama Gusti B.R. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Widoyoko Putro E. 2013. *Teknik Penyusun Instrimen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Teknik Penyusunsn Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijana, Nyoman. 2007. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan pengaruhnya pada kinerja *individual* pada bank perkreditan rakyat di kabupaten tabanan. *Jurnal*. Universitas Udayana ; Bali. [[www.Bakinnews.com](http://www.Bakinnews.com)]
- Yasid. 2001. *Pemasaran Jasa. Konsep dan Implementasi Kedua*. Yogyakarta : Ekonosia.

**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian****LEMBAR KUESIONER****A. Variabel Pelayanan**

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Hotel Bintang mulia memiliki desain yang bagus.				
2	Hotel Bintang Mulia memiliki tempat parkir cukup luas				
3	Hotel Bintang Mulia Memiliki kebersihan yang baik				
4	Karyawan melakukan pelayanan sesuai prosedur				
5	Karyawan ramah terhadap saya				
6	Karyawan selalu menjawab dengan baik saat saya bertanya				
7	Karyawan menunjukkan kamar hotel dan fasilitas yang tersedia di hotel kepada saya				
8	Saya tidak harus menunggu lama untuk layanan kamar				
9	Saat ada yang rusak/salah di ruangan saya, maka karyawan langsung akan memperbaiki atau mencari cara agar saya tenang				
10	Saya merasa aman menginap karna tersedia tim pengamanan yang berjaga 24 jam				

11	Harga kamar di Hotel Bintang Mulia pasti, dan tidak berubah-ubah tanpa pemberitahuan				
12	Hotel Bintang Mulia tidak pernah terlambat dalam mempersiapkan kamar saat ingin chek in				
13	Karyawan memberi salam kepada saya				
14	Informasi yang diberikan karyawan jelas dan tidak berbelit-belit				
15	Karyawan menanyakan apa yang saya butuhkan				

**B. Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi**

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya sering menggunakan tv selama durasi menginap				
2	Saya suka menggunakan telepon untuk memesan pelayanan kamar				
3	Saya sering memanfaatkan wifi untuk membantu urusan saya.				
4	saya selalu terhubung wifi didalam maupun diluar kamar selama 24 jam selama menginap				
5	Frontliner selalu menggunakan komputer dalam menginput data saya				
6	Karyawan selalu mengangkat telepon saya saat saya membutuhkan layanan kamar				
7	Karyawan mencatat menggunakan komputer saat saya chekin / checkout , untuk meminimalisir kesalahan teknis				
8	Hotel Bintang Mulia memiliki cctv yang membuat saya merasa aman saat meninggalkan kamar				
9	Dengan telepon, saya tidak perlu repot repot memesan makanan langsung ke restoran				

C. **Variabel Kepuasan Konsumen**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa puas menginap di Hotel Bintang Mulia				
2	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan				
3	Saya merasa puas karena telefon, wifi dan telefisi tidak ada yang rusak dan dapat digunakan dengan baik				
4	Saya mempunyai minat untuk kembali menikmati service dari Hotel Bintang Mulia				
5	Saya mempunyai minat untuk kembali untuk menikmati makanan di restaurant di Hotel Bintang Mulia				
6	Saya mempunyai minat untuk menginap di Hotel Bintang Mulia				
7	Saya berminat untuk membuat saran kepada orang lain untuk menginap				
8	Saya berminat untuk memberikan kesan positif kepada orang lain				
9	Saya berminat untuk mengajak orang lain untuk menginap di hotel bintang mulia jember				

**Lampiran 2. Karakteristik Responden**

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Alamat	Pendidikan
1	Laki - laki	> 45 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S2
2	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Jember	S1
3	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
4	Perempuan	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
5	Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S2
6	Laki - laki	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
7	Laki - laki	> 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
8	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
9	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Luar Kota Jember	SMA
10	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
11	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
12	Laki - laki	17 - 25 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
13	Perempuan	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
14	Laki - laki	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
15	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Jember	SMA
16	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
17	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
18	Laki - laki	> 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S2
19	Perempuan	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Luar Kota Jember	SMA
20	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	SMA
21	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Jember	SMA
22	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
23	Laki - laki	36 - 45 Tahun	Pegawai Swasta	Jember	S1
24	Laki - laki	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
25	Perempuan	17 - 25 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
26	Laki - laki	36 - 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
27	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	SMA
28	Perempuan	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Luar Kota Jember	SMA
29	Perempuan	> 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
30	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
31	Perempuan	36 - 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S2
32	Perempuan	> 45 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S2
33	Laki - laki	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
34	Perempuan	36 - 45 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
35	Perempuan	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
36	Laki - laki	> 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
37	Perempuan	17 - 25 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	SMA
38	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Jember	S1

39	Laki - laki	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
40	Laki - laki	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	SMA
41	Perempuan	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
42	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
43	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
44	Perempuan	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
45	Laki - laki	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
46	Perempuan	36 - 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S2
47	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
48	Laki - laki	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	SMA
49	Perempuan	17 - 25 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	SMA
50	Perempuan	17 - 25 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
51	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Luar Kota Jember	SMA
52	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
53	Perempuan	26 - 35 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	SMA
54	Laki - laki	> 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S2
55	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
56	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
57	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
58	Laki - laki	> 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S2
59	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
60	Laki - laki	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
61	Laki - laki	36 - 45 Tahun	Pegawai Negeri	Jember	S1
62	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Jember	SMA
63	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
64	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
65	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	SMA
66	Perempuan	36 - 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
67	Laki - laki	17 - 25 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
68	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Jember	SMA
69	Perempuan	36 - 45 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
70	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Luar Kota Jember	SMA
71	Perempuan	26 - 35 Tahun	Pegawai Swasta	Luar Kota Jember	S1
72	Laki - laki	17 - 25 Tahun	wiraswasta	Jember	S1
73	Laki - laki	> 45 Tahun	wiraswasta	Luar Kota Jember	S1
74	Laki - laki	26 - 35 Tahun	Pegawai Negeri	Luar Kota Jember	S1
75	Perempuan	17 - 25 Tahun	wiraswasta	Jember	S1
76	Laki - laki	17 - 25 Tahun	Mahasiswa	Luar Kota Jember	SMA
77	Perempuan	36 - 45 Tahun	wiraswasta	Jember	SMA

## Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	X1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Y
1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	53	3	3	4	4	3	4	3	3	4	31	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	20	1	2	1	2	2	2	2	1	2	15	2	1	2	1	2	1	2	2	2	15
3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	52	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	50	3	4	3	3	3	4	3	4	3	30	3	4	3	4	3	3	3	4	3	30
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
6	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29
7	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	53	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32	4	4	3	3	4	3	4	3	4	32
8	2	4	4	4	2	4	4	1	4	4	2	3	2	4	2	46	4	1	3	2	4	4	2	3	4	27	4	2	4	3	4	4	3	4	2	30
9	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
10	2	4	1	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	2	3	47	3	4	4	2	4	2	3	4	2	28	4	4	3	4	3	4	3	4	3	32
11	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	22	2	1	2	2	1	2	3	2	1	16	2	1	2	3	1	3	2	1	2	17
12	3	3	4	3	1	2	3	4	3	3	2	3	2	4	3	43	3	3	3	3	3	3	2	4	3	27	4	2	3	3	3	4	4	3	4	30
13	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57	3	4	4	4	3	4	3	4	4	33	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33
14	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	53	3	4	4	3	4	3	4	3	3	31	3	4	4	4	3	3	3	4	3	31
15	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	57	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
16	3	4	3	2	4	1	2	4	3	1	3	3	4	4	4	45	3	4	3	2	1	4	3	4	3	27	2	3	3	3	4	3	3	4	2	27
17	2	1	3	2	3	1	3	3	2	3	1	2	3	1	1	31	2	1	3	2	3	1	3	2	1	18	3	2	3	1	2	3	1	2	2	19
18	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	54	3	4	4	3	3	3	4	4	4	32	4	3	3	4	4	3	3	4	3	31

19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	57	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
20	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
21	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	54	3	3	4	3	4	4	3	3	3	30	3	3	2	4	3	4	2	2	3	26
22	1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	1	3	1	2	27	2	3	1	3	2	1	2	3	2	19	3	2	3	1	3	2	3	1	1	19
23	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	49	3	3	4	3	3	3	4	3	4	30	3	4	3	4	3	4	3	3	4	31
24	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	51	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33	3	3	3	4	3	3	3	3	4	29
25	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	2	52	3	2	3	4	3	3	1	4	2	25	3	3	4	2	4	3	4	3	4	30
26	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	56	3	3	4	3	4	3	3	4	4	31	3	3	3	3	4	4	4	3	4	31
27	3	4	4	3	3	3	3	2	3	1	3	4	4	3	4	47	4	3	3	2	1	3	3	3	3	25	3	2	2	2	2	3	3	3	1	21
28	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	56	3	4	4	4	3	4	4	2	3	31	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
30	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	51	4	4	3	4	3	4	3	4	3	32	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
31	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	58	4	3	4	3	4	3	4	3	3	31	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
32	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	57	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	52	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30	3	4	4	4	3	3	4	3	4	32
36	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	41	3	2	2	3	2	2	3	3	23	2	2	3	3	2	3	3	2	2	22	
37	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	55	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
38	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	55	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
39	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	52	3	3	3	4	3	2	4	3	3	28	4	4	3	3	4	3	3	3	4	31

40	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	33	
41	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	58	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
42	1	3	2	3	2	3	3	2	3	1	2	4	3	3	2	37	3	3	2	3	2	3	3	2	4	25	2	3	4	3	3	2	3	3	1	24	
43	3	4	1	3	3	1	4	3	4	3	3	4	4	3	4	47	4	3	3	3	3	4	4	4	4	32	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34	
44	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	3	4	4	3	4	4	4	3	33	4	4	4	4	3	4	3	3	4	33	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	58	3	4	3	4	4	3	4	4	4	33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	
46	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	55	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32	
47	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	37	2	3	3	2	2	3	2	2	2	21	4	4	3	3	2	2	3	4	3	28	
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	58	4	3	4	3	1	2	1	3	4	25	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	
49	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	51	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	
50	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	57	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33	
51	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	56	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	
52	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	2	39	3	3	2	3	3	4	3	3	2	26	3	2	2	3	2	2	2	3	1	20	
53	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58	3	3	3	4	3	3	4	4	4	31	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32	
54	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	57	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	4	3	3	4	4	4	33	
56	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	54	4	4	4	3	3	3	3	4	4	32	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33	
57	4	3	1	4	3	1	4	2	4	4	2	4	3	4	2	45	2	4	3	4	2	2	2	4	3	26	4	4	4	3	4	2	4	3	2	30	
58	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	55	4	3	3	4	4	3	4	3	3	31	4	3	4	4	4	4	3	4	3	33	
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	
60	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	51	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33	3	3	4	4	3	3	4	3	4	31	

61	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	33	3	2	1	2	2	1	1	2	1	15	2	2	1	2	2	2	1	2	2	16
62	2	3	2	1	2	3	1	2	3	2	1	2	2	2	1	29	1	2	1	1	3	1	3	3	1	16	2	3	1	3	3	1	2	1	3	19
63	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	53	3	4	3	4	3	3	3	3	4	30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
64	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	53	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
65	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	52	4	3	3	4	4	3	3	4	3	31	3	3	4	3	4	3	4	3	4	31
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	58	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	1	26	4	4	2	2	1	1	1	2	1	18	1	2	1	2	2	2	1	1	2	14
68	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	54	3	3	4	4	3	3	3	4	3	30	3	3	4	3	4	3	3	4	3	30
69	4	4	2	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	50	4	3	2	4	3	4	2	4	3	29	4	4	2	4	4	2	4	3	2	29
70	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	54	3	4	4	4	3	3	3	3	4	31	3	4	3	4	3	4	4	3	3	31
71	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	53	3	4	3	4	4	3	4	3	3	31	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
72	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	26	2	2	1	1	2	2	2	1	2	15	1	2	2	1	3	1	2	2	3	17
73	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	55	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
75	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	56	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
76	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	50	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
77	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	22	1	1	3	2	1	1	2	3	2	16	1	2	3	2	1	2	2	1	2	16



X1.4a	Pearson Correlation	.537**	.409**	.412**	.642**	.567**	.480**	.587**	.510**	.506**	1	.487**	.471**	.396**	.548**	.461**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.4b	Pearson Correlation	.676**	.604**	.518**	.660**	.703**	.544**	.623**	.679**	.637**	.487**	1	.633**	.584**	.597**	.698**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.4c	Pearson Correlation	.533**	.579**	.412**	.642**	.610**	.424**	.662**	.470**	.654**	.471**	.633**	1	.495**	.589**	.673**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.5a	Pearson Correlation	.487**	.534**	.321**	.559**	.617**	.385**	.527**	.574**	.511**	.396**	.584**	.495**	1	.441**	.638**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.5b	Pearson Correlation	.674**	.615**	.534**	.721**	.578**	.409**	.733**	.554**	.681**	.548**	.597**	.589**	.441**	1	.600**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.5c	Pearson Correlation	.611**	.526**	.458**	.580**	.604**	.405**	.596**	.614**	.645**	.461**	.698**	.673**	.638**	.600**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1	Pearson Correlation	.791**	.734**	.669**	.837**	.804**	.634**	.823**	.761**	.814**	.700**	.841**	.767**	.701**	.809**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

Correlations

	X2.1a	X2.1b	X2.1c	X2.2a	X2.2b	X2.2c	X2.3a	X2.3b	X2.3c	X2
X2.1a Pearson Correlation	1	.451**	.508**	.527**	.427**	.606**	.393**	.455**	.525**	.709**
X2.1a Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2.1a N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.1b Pearson Correlation	.451**	1	.457**	.553**	.377**	.498**	.421**	.448**	.491**	.682**
X2.1b Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
X2.1b N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.1c Pearson Correlation	.508**	.457**	1	.543**	.544**	.572**	.539**	.523**	.651**	.783**
X2.1c Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2.1c N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.2a Pearson Correlation	.527**	.553**	.543**	1	.560**	.601**	.525**	.577**	.630**	.804**
X2.2a Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2.2a N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.2b Pearson Correlation	.427**	.377**	.544**	.560**	1	.582**	.626**	.491**	.504**	.754**
X2.2b Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
X2.2b N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.2c Pearson Correlation	.606**	.498**	.572**	.601**	.582**	1	.572**	.500**	.690**	.828**
X2.2c Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
X2.2c N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.3a Pearson Correlation	.393**	.421**	.539**	.525**	.626**	.572**	1	.386**	.552**	.740**
X2.3a Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000
X2.3a N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.3b Pearson Correlation	.455**	.448**	.523**	.577**	.491**	.500**	.386**	1	.544**	.711**
X2.3b Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000
X2.3b N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2.3c Pearson Correlation	.525**	.491**	.651**	.630**	.504**	.690**	.552**	.544**	1	.821**
X2.3c Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
X2.3c N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X2 Pearson Correlation	.709**	.682**	.783**	.804**	.754**	.828**	.740**	.711**	.821**	1
X2 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
X2 N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

Correlations

	Y1.1a	Y1.1b	Y1.1c	Y1.2a	Y1.2b	Y1.2c	Y1.3a	Y1.3b	Y1.3c	Y
Y1.1a Pearson Correlation	1	.593**	.536**	.518**	.592**	.608**	.597**	.621**	.518**	.792**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.1b Pearson Correlation	.593**	1	.517**	.692**	.592**	.511**	.556**	.675**	.608**	.818**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.1c Pearson Correlation	.536**	.517**	1	.421**	.531**	.572**	.639**	.606**	.541**	.762**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.2a Pearson Correlation	.518**	.692**	.421**	1	.410**	.630**	.539**	.624**	.489**	.759**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.2b Pearson Correlation	.592**	.592**	.531**	.410**	1	.467**	.615**	.606**	.520**	.754**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.2c Pearson Correlation	.608**	.511**	.572**	.630**	.467**	1	.514**	.594**	.582**	.781**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.3a Pearson Correlation	.597**	.556**	.639**	.539**	.615**	.514**	1	.551**	.559**	.790**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.3b Pearson Correlation	.621**	.675**	.606**	.624**	.606**	.594**	.551**	1	.458**	.817**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y1.3c Pearson Correlation	.518**	.608**	.541**	.489**	.520**	.582**	.559**	.458**	1	.756**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Y Pearson Correlation	.792**	.818**	.762**	.759**	.754**	.781**	.790**	.817**	.756**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

**Lampiran 5. Uji Reliabilitas****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	77	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	77	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	15

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	77	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	77	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	9

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	77	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	77	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	9

**Lampiran 6. Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11111361
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.090
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.983
Asymp. Sig. (2-tailed)		.288

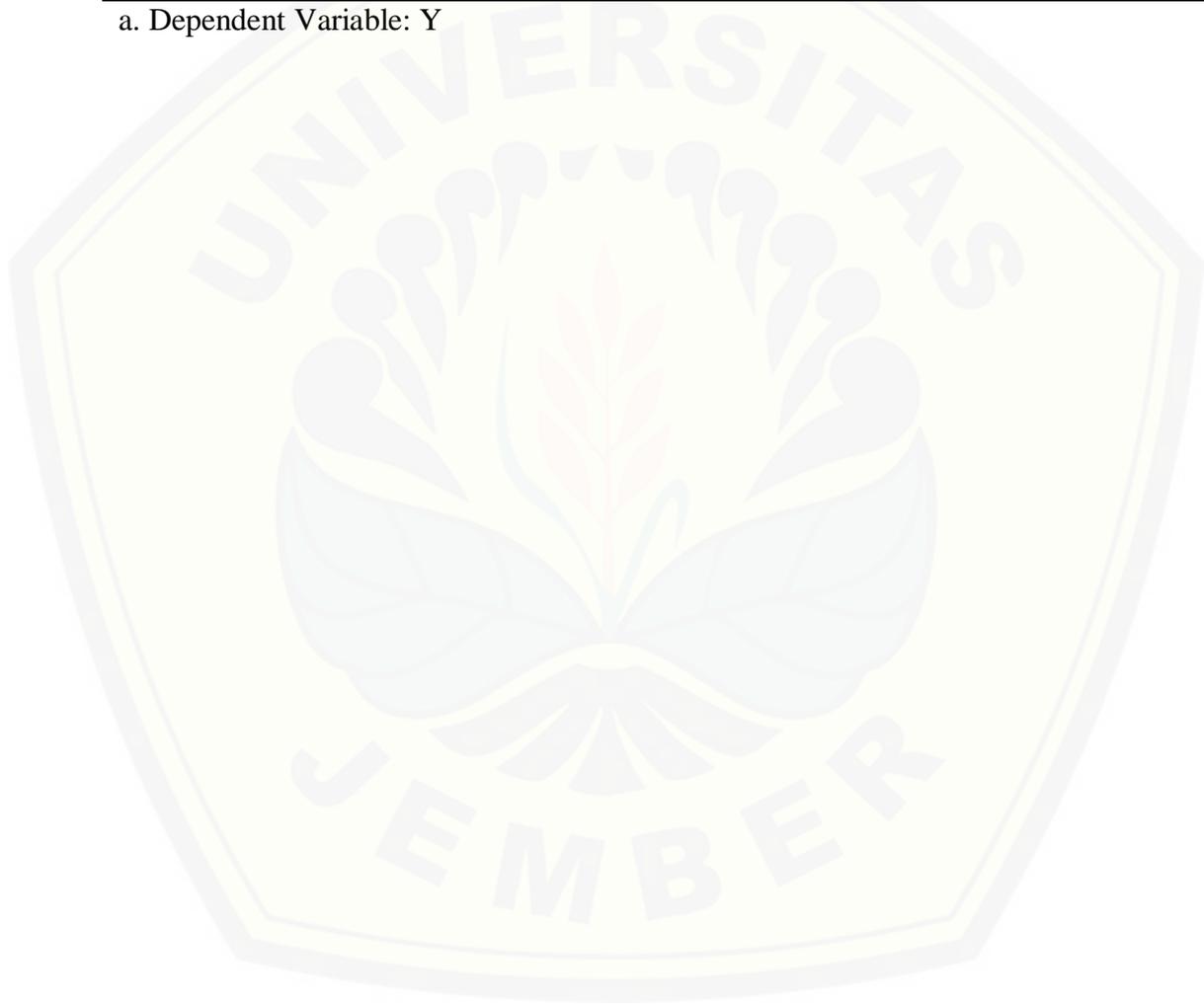
a. Test distribution is Normal.

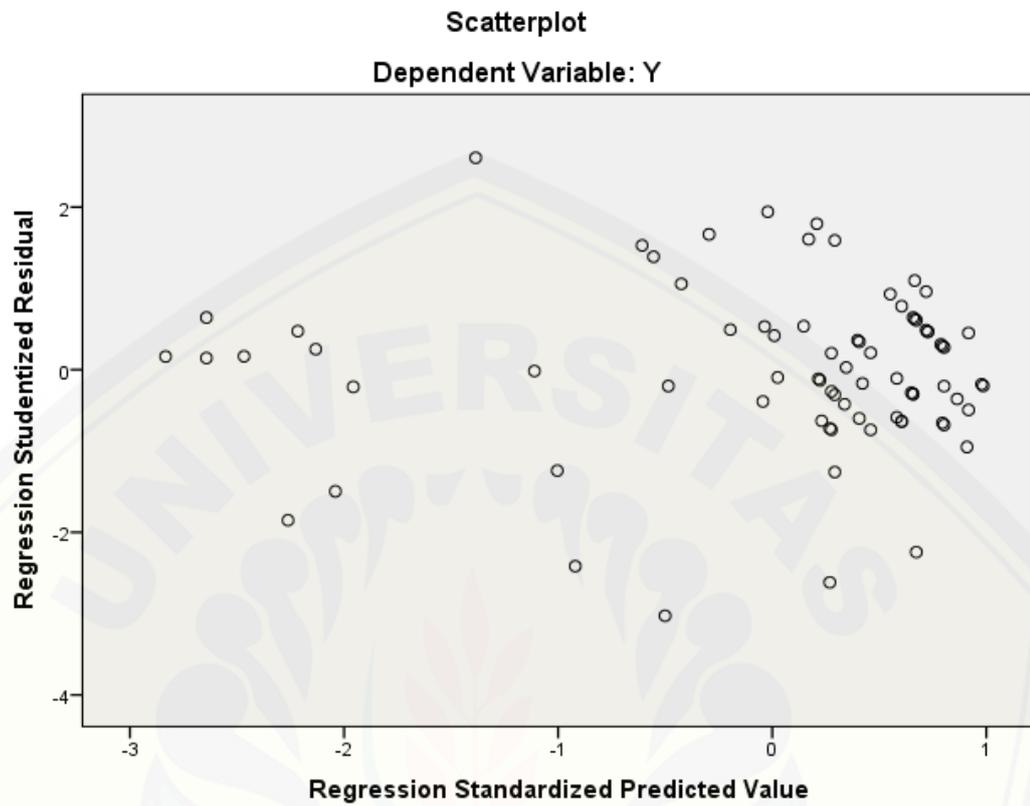
b. Calculated from data.

**Lampiran 7. Uji Multikolinieritas****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.463	1.278		1.927	.058		
X1	.331	.063	.575	5.278	.000	.150	6.683
X2	.372	.108	.375	3.447	.001	.150	6.683

a. Dependent Variable: Y



**Lampiran 8. Uji Heterokedastisitas**

**Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Berganda****Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 <sup>a</sup>	.869	.865	2.13945

a. Predictors: (Constant), X2, X1

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2241.958	2	1120.979	244.902	.000 <sup>b</sup>
	Residual	338.717	74	4.577		
	Total	2580.675	76			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.463	1.278		1.927	.058
	X1	.331	.063	.575	5.278	.000
	X2	.372	.108	.375	3.447	.001

a. Dependent Variable: Y

**Lampiran 10. R Tabel**

N	R	N	R	N	R	N	r	N	r	N	R
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

**Lampiran 11. t tabel** **$\alpha/2$ ;  $n - k - 1 = 0,025$ ;  $77 - 2 - 1 = 0,025$ ;  $74 = 1,993$** 

<b>d.f</b>	<b><math>t_{0.10}</math></b>	<b><math>t_{0.05}</math></b>	<b><math>t_{0.025}</math></b>	<b><math>t_{0.01}</math></b>	<b><math>t_{0.005}</math></b>	<b>d.f</b>
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

**Lampiran 12. F Tabel**

$df1 = k - 1 = 2 - 1 = 1$

$df2 = n - k = 77 - 2 = 75$

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

## Lampiran 13. Surat Penelitian dari Lembaga Penelitian Unej.



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
 Jl. Kalimantan 37 Jember, Telp (0331) 337818, 339385 Fax (0331) 337818  
 Email : [penelitian.lp2m@unej.ac.id](mailto:penelitian.lp2m@unej.ac.id) - [pengabdian.lp2m@unej.ac.id](mailto:pengabdian.lp2m@unej.ac.id)

---

Nomor : 1863 /UN25.3.1/LT/2019 11 Juni 2019  
 Perihal : Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian

Yth. **Pengelola**  
 Hotel Bintang Mulla  
 Di  
 Jember

Memperhatikan surat dari Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember nomor 1902/UN25.1.2/LT/2019 tanggal 28 Mei 2019 perihal Ijin Penelitian mahasiswa,

Nama : Austin Helena  
 NIM : 150910202050  
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
 Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis  
 Alamat : Jl. Duku No.15 Patrang-Jember  
 Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Mulia Jember"  
 Lokasi Penelitian : Hotel Bintang Mulia Jember  
 Jl. Safari No.18 Jember  
 Lama Penelitian : 1 Bulan (20 Juni-30 Juli 2019)

maka kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul tersebut diatas.

Demikian atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.



a.n. Ketua  
 Seksi II,  
 Universitas Jember  
 Dr. Susanto, M.Pd.  
 NIP. 196506161988021001

Tembusan Yth  
 1. Dekan FISIP Universitas Jember;  
 2. Mahasiswa ybs; ✓  
 3. Arsip.



CERTIFICATE NO : QMS173

**Lampiran 14. Surat Penelitian dari Hotel Bintang Mulia.**

Jember, 17 Juli 2019

Nomor : 002/Ext/Sd/VII/2019  
Perihal : ijin Penelitian

Kepada Yth, :  
Lemlit & Pengabdian Masyarakat  
Universitas Jember  
Di Jember

Dengan hormat,  
Menindak lanjuti surat permohonan penelitian di Hotel Bintang Mulia perihal :

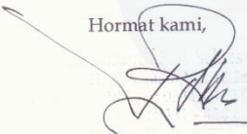
**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemanfaatan teknologi Informasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bintang Mulia Jember**

Atas nama Mahasiswa :  
Nama : Austin Helena  
NIM : 150910202050  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik  
Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Kami Management Hotel Bintang Mulia Jember bersedia memberikan ijin untuk kegiatan tersebut sesuai waktu yg telah direncanakan yaitu : 20 juni - 30 juli 2019 ( 1 bulan )

Demikian atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Hormat kami,



Drs. Sugeng Purnomo  
General Manager