



**PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA  
HOTEL ROYAL JEMBER**

*(THE IMPACT OF SERVICE RECOVERY TO  
CUSTOMER SATISFACTION ON  
HOTEL ROYAL JEMBER)*

**SKRIPSI**

Oleh:

**Luccy Avrindy Ragilia Putri**

**NIM. 130810201116**

**JURUSAN S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**



**PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA  
HOTEL ROYAL JEMBER**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

**SKRIPSI**

Oleh

**Luccy Avrindy Ragilia Putri**

**NIM. 130810201116**

**JURUSAN S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Luccy Avrindy Ragilia Putri  
Nim : 130810201116  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Recovery* terhadap *Customer Satisfaction*  
pada Hotel Royal Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 13 Agustus 2019

Yang menyatakan,

Luccy Avrindy Ragilia Putri

NIM. 130810201116

**TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : *PENGARUH SERVICE RECOVERY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
PADA HOTEL ROYAL JEMBER*

Nama : Luccy Avrindy Ragilia Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 130810201116

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 13 Agustus 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M.Si.  
NIP. 196103171988021001

Dr. Elok Sri Utami, M.Si.  
NIP. 198309122008122001

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi S1- Manajemen

Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D.  
NIP. 196901201993031002

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
PADA HOTEL ROYAL JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Luccy Avrindy Ragilia Putri**

**NIM : 130810201116**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**05 September 2019**

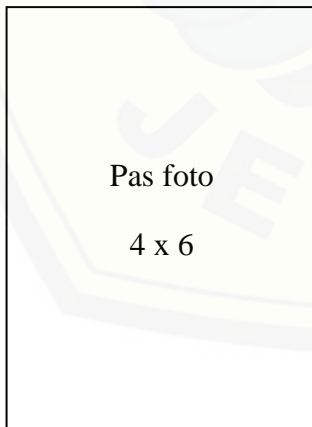
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Diah Yulisetiarni, M. Si. : (.....)**  
**NIP. 196107291986032001**

**Sekretaris : N. Ari Subagio, S.E., M.M. : (.....)**  
**NIP 197311092000031002**

**Anggota : Ana Mufidah, S.E., M.M. : (.....)**  
**NIP 198002012005012001**



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

**Dr. Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak., CA.**  
**NIP. 19710727 199512 1 001**

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta sholawat kepada Nabi Muhammad SAW, dengan kerendahan hati skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibuku Ning Sukarsi Libyawati dan Ayahku Mohamad Idris tercinta, terimakasih atas segala doa, nasihat dan kasih sayang tulusmu hingga saya bisa seperti sekarang ini. Terima kasih telah mengajarkanku segala hal tentang kehidupan mulai dari mengartikan kesabaran, kemandirian dalam bertindak, dan lain-lain yang tidak mungkin saya dapatkan dari siapapun.
2. Kakakku Veriqullamah dan istrinya Rika Anjani, terimakasih atas kasih sayang, perhatian dan ilmu yang diberikan kepada saya.
3. Bapak Sutikno dan Ibu ainoon Maghribi terimakasih untuk support dan kasih sayang tulusmu selama ini. Terimakasih telah mengajarkan banyak hal dan memberiku kesempatan masuk dalam keluarga ini hingga saya merasakan kasih sayang dan kehangatan seperti keluarga saya sendiri.
4. Pak Joe selaku Room Division Manajer Hotel Royal Jember yang sudah banyak membantu dan mensupport hingga terselesaikannya skripsi saya ini.
5. Seluruh keluarga besarku Anti Rasan Club, JFC, JVMAC serta sahabatku terkasih, terimakasih atas motivasi dan *support* yang kalian berikan kepada saya.
6. Semua pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak berjasa membantu hingga terselesaikannya sekripsi saya ini.
7. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang saya banggakan.



**MOTTO**

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

**(QS Al Baqarah : 286)**

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

**(QS Al Insyirah : 5)**

“ No matter how tough the chase is, you should always have the dream you saw on the first day. It'll keep you motivated and rescue you (from any weak thoughts).”

**(Jack Ma)**

“Jika anda menyerah sebelum mencoba, bagaimana anda tahu jika ada kesempatan”

**( Jack Ma)**

“Aku tidak aneh, aku edisi terbatas”

**(Anonim)**

“ I try to make myself happy because I know that if i'm not happy, my colleagues are not happy and my shareholders are not happy and my customers are not happy.”

**(Jack Ma)**

“When we have money, we start making mistakes.”

**(Jack Ma)**

## RINGKASAN

**Pengaruh *Service Recovery* terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Royal Jember;** Luccy Avrindy Ragilia Putri; 130810201116; 2019; 48 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Hotel menyediakan kenyamanan yang lebih tinggi dan status tertentu bagi mereka yang menginap di hotel tersebut. Seiring berjalannya waktu, hotel sebagai industri perdagangan yang bergerak dibidang jasa tidak hanya menyediakan tempat menginap saja tetapi juga menyediakan berbagai fasilitas-fasilitas umum lainnya seperti *meeting room*, *swimming pool*, *restaurant*, *convention hall*, karaoke, bahkan jasa pijat juga disediakan di hotel. Hal ini sangat membantu pengunjung agar lebih mudah untuk melakukan aktivitas tanpa harus mengurangi rasa nyaman selama menginap dihotel tersebut, sehingga pengunjung merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas-fasilitas yang diberikan hotel tersebut. Tentunya hal ini akan berdampak pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan untuk melakukan pemesanan kembali. Waktu beroperasi hotel yang berlangsung selama 24 jam *nonstop* setiap hari tanpa adanya hari libur yang bertujuan agar dapat melayani tamu hotel yang akan menggunakan jasa hotel. Pelayanan yang diberikan harus memenuhi standar pelayanan sehingga pengunjung merasa puas. Namun dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung terkadang terjadi *service failure* atau kegagalan dalam pelayanannya. Untuk mengatasi dampak negatif dari kegagalan pelayanan tersebut maka diperlukan pemulihan pelayanan atau *service recovery*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service recovery* yang terdiri atas *procedural justice*, *interactional justice* dan *distributive justice* terhadap *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 104 responden yang merupakan tamu Hotel Royal Jember dengan kriteria antara lain berusia minimal 17 tahun karena dianggap telah memiliki penghasilan dan mampu menggunakan jasa hotel serta merupakan tamu Hotel Royal Jember yang pernah mengalami keluhian saat menggunakan jasa Hotel Royal Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang digunakan yaitu *service recovery* yang terdiri atas *procedural justice*, *interactional justice* dan *distributive justice* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.



## SUMMARY

*The Impact of Service Recovery to Customer Satisfaction on Hotel Royal Jember; Luccy Avrindy Ragilia Putri; 130810201116; 2019; 48 Pages; Department of Management Faculty of Economics and Business, University of Jember.*

Hotel provides greater comfort and a certain status for those who stay at the hotel. Over time, as the hotel trade industry engaged in the service not only provides a place to stay, but also provides a variety of other public facilities such as meeting rooms, swimming pool, restaurant, convention hall, karaoke, and even massage services are also provided at the hotel. It is very helpful to visitors to make it easier to do the activity without having to reduce the sense of comfortable hotel room, so the visitors were satisfied with the services and facilities given that hotel. Obviously this will have an impact on customer satisfaction and confidence to make a reservation back. Hotel operating time, which lasted for 24 hours nonstop every day without any days off which aims to be melayani hotel guests who will use the services of the hotel. The services provided must meet the standards of service so that visitors feel satisfied. But in giving good service to visitors sometimes occurs service failure or a failure in his ministry. To overcome the negative impact of service failure, so it needed restoring services or service recovery.

This study aimed to determine the effect of service recovery consisting of procedural justice, interactional justice and distributive justice on customer satisfaction in guests Hotel Royal Jember. Methods of data collection is done by distributing questionnaires to 104 respondents who are guests Hotel Royal Jember with the following criteria must be at least 17 years because they have had the income and mampu use the services of the hotel and was the guest of Hotel Royal Jember ever experienced keluihan when using the services of Hotel Royal Jember, The data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis method used is logistic regression analysis.

The results showed that the variables used are service recovery consisting of procedural justice, interactional justice and distributive justice effect on customer satisfaction in guests Hotel Royal Jember

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Recovery* terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Royal Jember”. Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, saya selaku penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M., selaku ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Hadi Paramu, S.E., M.B.A, Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Dr. Bambang Irawan, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Elok Sri Utami, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang selalu memberikan pengarahan dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan dan penelitian skripsi ini.
5. Dr. Diah Yulisetiari, M. Si., N. Ari Subagio, S.E., M.M., dan Ana Mufidah, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran serta masukan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bantuannya hingga menyelesaikan studi ini.
7. Ibuku Ning Sukarsi Libyawati dan Ayahku Mohamad Idris tercinta, terimakasih atas segala do'a, nasihat, dukungan, kesabaran, dan kasih sayang yang selalu dicurahkan untuk saya hingga saya bisa seperti sekarang ini.
8. Keluarga keduaku Ibu Ainon Maghribi dan Bapak Sutikno, teimakasih untuk ilmu, dukungan, nasihat, dan kasih sayang yang tiada putus untukku selama ini.
9. Kakekku Alm. Hj. Maruwi dan Nenekku Hj. Sumijah, terimakasih untuk kasih sayang dan nasehatmu selama ini hingga saya bisa seperti sekarang.
10. Kakakku Veriqullamah beserta Istrinya Rika Anjani tersayang, terimakasih atas kasih sayang dan dukungan semangat untuk saya.
11. Akungku, Nenekku Alm. Hj. Maruwi dan Hj. Sumijah, serta keluarga besarku, terimakasih atas do'a dan dukungan yang tiada putusnya untuk menyemangati saya.
12. Sahabat-sahabat seperjuanganku Anti Rasan Club, JFC, JVMAC Faul, Ariska, Ella, Kamaliya, Shofi, Ruby, Amin, Jefri, Egar, Dodhi, Salwa, Widya, Dewi, Alm. Wafa, Alm. Ali, Alm. Dana, dan Alm. Cahyo, terimakasih selalu

menemani, menghibur, memberi dukungan dan semangat, serta menguatkan saya.

13. Sahabatku Firman Nurdiansyah, terimakasih untuk support, ilmu dan saran selama ini.
14. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT. selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 13 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

|  | Halaman   |
|--|-----------|
| HALAMAN SAMPUL .....   | i         |
| HALAMAN JUDUL .....  | ii        |
| HALAMAN PERNYATAAN .....   | iii       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....  | iv        |
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | v         |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....  | vi        |
| HALAMAN MOTTO .....  | vii       |
| RINGKASAN .....  | viii      |
| SUMMARY .....  | ix        |
| PRAKATA .....  | x         |
| DAFTAR ISI .....   | xii       |
| DAFTAR TABEL .....   | xiv       |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xv        |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xvi       |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 1         |
| 1.2 Perumusan Masalah .....  | 5         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 6         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....   | 6         |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>   | <b>8</b>  |
| 2.1 Landasan Teori .....   | 8         |
| 2.1.1 <i>Service Recovery</i> .....  | 8         |
| 2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....   | 11        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....   | 12        |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....  | 17        |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian .....  | 18        |
| 2.4.1 Kecenderungan Pengaruh <i>Procedural Justice</i> terhadap<br><i>Customer Satisfaction</i> .....    | 18        |
| 2.4.2 Kecenderungan Pengaruh <i>Interactional Justice</i> terhadap<br><i>Customer Satisfaction</i> ..... | 19        |
| 2.4.3 Kecenderungan Pengaruh <i>Distributive Justice</i> terhadap<br><i>Customer Satisfaction</i> .....  | 19        |
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>21</b> |
| 3.1 Rancangan Penelitian .....   | 21        |
| 3.2 Populasi dan Sampel.....   | 21        |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....  | 21        |
| 3.4 Identifikasi Variabel .....  | 22        |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....  | 22        |
| 3.5.1 Definisi Operasional Variabel .....  | 22        |
| 3.5.2 Skala Pengukuran .....   | 24        |

|   | Halaman   |
|---|-----------|
| <b>3.6 Uji Instrumen .....</b>  | <b>24</b> |
| 3.6.1 Uji Validitas .....   | 24        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....  | 24        |
| <b>3.7 Metode Analisis Data .....</b>   | <b>25</b> |
| 3.7.1 Analisis Regresi Logistik .....   | 25        |
| 3.7.2 Uji Kesesuaian Model .....  | 26        |
| 3.7.3 Uji Hipotesis .....   | 27        |
| <b>3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>   | <b>28</b> |
| <br>  |           |
| <b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>30</b> |
| <b>4.1 Hasil .....</b>  | <b>30</b> |
| 4.1.1 Gambaran Umum Hotel Royal Jember .....  | 30        |
| 4.1.2 Uji Instrumen .....   | 30        |
| 4.1.3 Karakteristik Responden .....   | 32        |
| 4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....  | 34        |
| 4.1.5 Hasil Analisis Data.....  | 38        |
| <b>4.2 Pembahasan .....</b>   | <b>42</b> |
| 4.2.1 Pengaruh <i>Procedural Justice</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....    | 42        |
| 4.2.2 Pengaruh <i>Interactional Justice</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..... | 44        |
| 4.2.3 Pengaruh <i>Distributive Justice</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....  | 46        |
| <b>4.3 Keterbatasan .....</b>   | <b>47</b> |
| <br>  |           |
| <b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>48</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>   | <b>48</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>  | <b>49</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>50</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>53</b> |



**DAFTAR TABEL**

|   | Halaman |
|---|---------|
| 1.1 Jumlah Kamar di Pesan pada Hotel Royal Jember Bulan<br>Januari – Juni tahun 2019..... | 4       |
| 1.2 Jenis dan Jumlah Keluhan pada Hotel Royal Jember .....                                | 5       |
| 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....  | 15      |
| 4.1 Uji Validitas .....   | 31      |
| 4.2 Uji Reliabilitas .....  | 32      |
| 4.3 Karakteristik Responden .....   | 33      |
| 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Procedural Justice</i> .....                            | 35      |
| 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Interactional Justice</i> .....                         | 36      |
| 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Distributive Justice</i> .....                          | 37      |
| 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....                         | 38      |
| 4.8 Hasil Regresi Logistik .....  | 39      |
| 4.9 Hasil Uji Wald .....  | 41      |



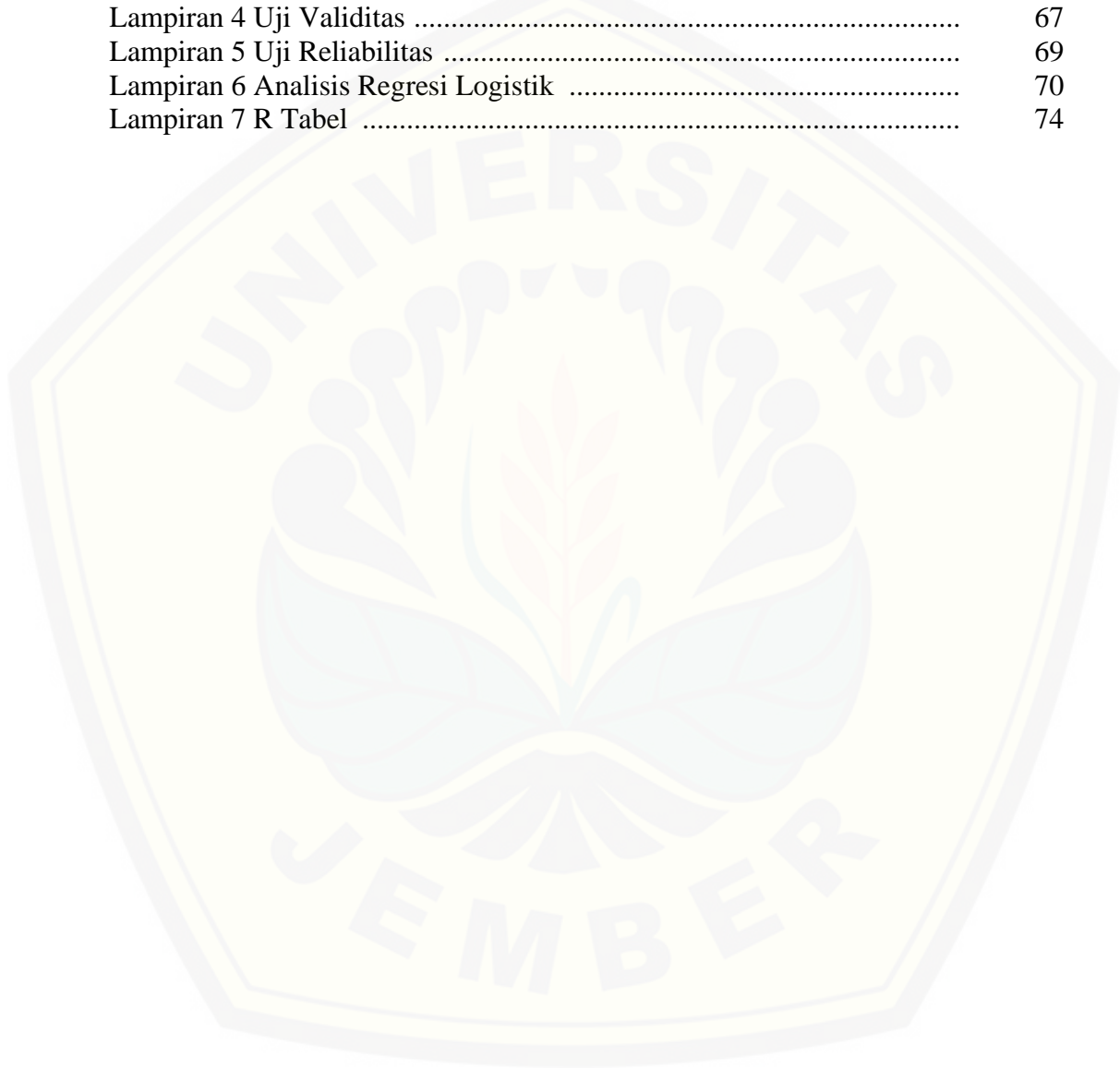
**DAFTAR GAMBAR**

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian ..... | 17      |
| Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....     | 28      |



**DAFTAR LAMPIRAN**

|   | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....            | 53      |
| Lampiran 2 Karakteristik Responden .....        | 57      |
| Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden ..... | 61      |
| Lampiran 4 Uji Validitas .....                  | 67      |
| Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....               | 69      |
| Lampiran 6 Analisis Regresi Logistik .....      | 70      |
| Lampiran 7 R Tabel .....                        | 74      |



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang semakin luas dan persaingan yang semakin ketat menjadi ancaman dan juga peluang bagi pelaku bisnis yang sudah maupun akan membangun bisnisnya. Salah satunya kota Jember yang saat ini telah dinobatkan sebagai Kota Karnaval pertama di Indonesia. Penempatan Jember sebagai Kota Karnaval pertama di Indonesia ini harus dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan jaman agar bisnisnya tetap berjalan dengan baik dan mencapai target yang diinginkan. JFC atau Jember Fashion Carnival merupakan salah satu daya tarik bagi turis asing maupun domestik untuk berkunjung ke Jember. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi bisnis pariwisata seperti Hotel. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructures*) yang berarti kehidupannya tergantung pada jumlah wisatawan yang datang. Semakin tinggi jumlah wisatawan yang datang maka tingkat permintaan kamar yang disediakan semakin bertambah dan ini akan meningkatkan profit perusahaan. Peran hotel dalam industri pariwisata memang sangat penting. Hotel juga telah membantu menciptakan lapangan pekerjaan, membantu perkembangan industri-industri kecil, terjaganya kelestarian alam serta kebudayaan destinasi pariwisata, dan tentu saja meningkatkan devisa negara.

Bisnis hotel di Indonesia cukup potensial mengingat Indonesia memiliki destinasi dan keindahan alam serta keragaman budayanya yang unik. Potensi inilah yang menjadi modal utama dalam industri pariwisata agar kelestariannya dapat terus terjaga. Bisa dikatakan bahwa perkembangan bisnis perhotelan di Indonesia sendiri sudah mengalami banyak peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya industri pariwisata dan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia yang semakin meningkat. Akibatnya banyak investor yang membangun hotel berjejaring di berbagai wilayah di Indonesia. Berbagai usaha dilakukan tidak hanya tampilan luar hotel yang unik, fasilitas yang

lengkap, tempat yang nyaman hingga tatanan kamar yang menarik tetapi juga pelayanan yang baik diberikan dengan harapan memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengunjung yang datang.

Hotel menyediakan kenyamanan yang lebih tinggi dan status tertentu bagi mereka yang menginap di hotel tersebut. Seiring berjalannya waktu, hotel sebagai industri perdagangan yang bergerak dibidang jasa tidak hanya menyediakan tempat menginap saja tetapi juga menyediakan berbagai fasilitas-fasilitas umum lainnya seperti *meeting room*, *swimming pool*, *restaurant*, *convention hall*, karaoke, bahkan jasa pijat juga disediakan di hotel. Hal ini sangat membantu pengunjung agar lebih mudah untuk melakukan aktivitas tanpa harus mengurangi rasa nyaman selama menginap di hotel tersebut, sehingga pengunjung merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas-fasilitas yang diberikan hotel tersebut. Tentunya hal ini akan berdampak pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan untuk melakukan pemesanan kembali. Waktu beroperasi hotel yang berlangsung selama 24 jam *nonstop* setiap hari tanpa adanya hari libur yang bertujuan agar dapat melayani tamu hotel yang akan menggunakan jasa hotel. Pelayanan yang diberikan harus memenuhi standar pelayanan sehingga pengunjung merasa puas. Namun dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung terkadang terjadi *service failure* atau kegagalan dalam pelayanannya. Untuk mengatasi dampak negatif dari kegagalan pelayanan tersebut maka diperlukan pemulihan pelayanan atau *service recovery*.

*Service recovery* merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh perusahaan setelah kegagalan jasa untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik bagi pelanggan (Andreassen, 2000). Menurut Kau dan Loh (2006) *service recovery* secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok yaitu: *procedural justice*, *interactional justice*, *distributive justice*. *Procedural justice* merupakan *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh *customer* pada proses penanganan *complain*, termasuk pengendalian proses dan waktu penyelesaian *complain* tersebut. *Interactional Justice* merupakan *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh *customer* akan perilaku karyawan yang memberikan pelayanan pada *customer* yang *complain*. *Distributive Justice* merupakan

*justice/fairness* yang dipersepsikan oleh *customer* sebagai hasil dari *complain*. Keluhan harus dikelola secara sistematis untuk meneliti sebuah permasalahan pelayanan dan menyelesaikannya sebagai upaya untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, prosedur pemulihan jasa sangat penting dimiliki perusahaan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan (Supriyanto, 2006).

Menurut Tjiptono (2014:473) komitmen perusahaan sangat penting dalam mendengar dan merespon suara konsumen. Pemulihan pelayanan atau *service recovery* ini sangat membantu perusahaan dalam mengembalikan kepuasan dan kepercayaan pengunjung terhadap layanan yang mereka berikan. Kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* akan timbul pada saat konsumen telah menggunakan layanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Pengunjung yang puas akan merasa mendapatkan *value* dari jasa yang telah diberikan. Kepuasan pelanggan terhadap *service recovery* yang dilakukan oleh perusahaan atau penyedia jasa bergantung pada bagaimana persepsi keadilan yang dirasakan oleh pelanggan ketika keluhan ditangani (Matilla dan Wirtz, 2004). Dengan strategi *service recovery* yang efektif akan membantu dalam memecahkan permasalahan dan mampu menangani kekecewaan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel, sehingga strategi *service recovery* yang diberikan sangat penting dimiliki oleh pihak hotel untuk dapat mencapai kepuasan pelanggan.

Pertumbuhan bisnis Hotel di Kabupaten Jember Jawa Timur terus meningkat seiring dengan banyaknya sejumlah investor yang mendirikan hotel baru di wilayah Jember, hal ini dikarenakan Jember memiliki pasar yang potensial sehingga para pengusaha tertarik untuk menanamkan investasinya dengan membuka hotel baru (Solichah, 2018). Salah satunya Hotel Royal Jember sebagai salah satu hotel bintang tiga yang terletak di pusat kota dekat area kampus tepatnya di Jl. Karimata 50 Kav.2. Letak Hotel Royal sangat strategis dan mudah dijangkau oleh wisatawan yang berlibur di Jember. Hotel Royal berada tidak jauh dari Universitas Muhammadiyah Jember dan terletak di pusat kota dengan 4 lantai yang dirancang dengan gaya modern, kontemporer dan unik. Tipe kamar yang



disediakan juga bervariasi mulai dari *Gold Standart Room*, *Platinum Superior*, *Sapphire Deluxe*, *Royal Diamond Suite*. Royal Hotel juga memiliki 1 restaurant yang menyediakan makanan khas Indonesia maupun Internasional. Dengan adanya program tahunan kunjungan wisata di Jember semakin menjadikan kota Jember sebagai tujuan utama objek wisata. Berikut disajikan data jumlah kamar yang dipesan pada bulan Januari hingga Juni 2019 pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah Kamar di Pesan Hotel Royal Jember Bulan Januari - Juni 2019

| No | Bulan    | Jumlah Pesanan |
|----|----------|----------------|
| 1  | Januari  | 1.987          |
| 2  | Februari | 1.939          |
| 3  | Maret    | 1.732          |
| 4  | April    | 1.897          |
| 5  | Mei      | 948            |
| 6  | Juni     | 2.099          |

Sumber: Hotel Royal Jember, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah kamar yang dipesan pada hotel Royal pada bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Juni 2019 mengalami fluktuasi namun cenderung meningkat. Menurut room Division Manager Hotel Royal Jember mengatakan bahwa tamu yang berkunjung dan menginap sebagian besar merupakan tamu yang pernah berkunjung dan menginap di Hotel Royal Jember. Hal ini semakin membuktikan bahwa pelayanan yang telah diberikan dari Hotel Royal Jember sangat memuaskan dan menarik perhatian pengunjungnya. Namun tidak semua pelayanan yang disuguhkan selalu mendapat respon positif dari pengunjung. Ada pula pengunjung yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan lembar *guest comment* Hotel Royal Jember, masih terdapat tamu yang mengeluhkan kurangnya pelayanan yang optimal seperti fasilitas WiFi yang lambat, air panas yang tidak stabil, menu makanan yang tersedia kurang bervariasi, kebocoran wastafel dan lampu baca yang tidak berfungsi. Selain berdasarkan lembar *guest comment*, tamu juga mengungkapkan keluhannya pada *review* tamu pada salah satu aplikasi pemesanan hotel Traveloka. Jenis dan jumlah keluhan tamu Hotel Royal pada bulan Juni 2019 disajikan pada Tabel 1.2 berikut.



Tabel 1.2 Jenis dan Jumlah Keluhan Tamu Hotel Royal Jember

| No | Jenis Keluhan Tamu | Jumlah |
|----|--------------------|--------|
| 1  | Fasilitas hotel    | 22     |
| 2  | Kebersihan hotel   | 6      |
| 3  | Pelayanan hotel    | 12     |
| 4  | Pelayanan sopan    | 3      |

Sumber: *Review* Tamu pada Aplikasi Traveloka

Tabel 1.2 menunjukkan beberapa keluhan tamu pada Hotel Royal pada Bulan Juni 2019. Keluhan yang diungkapkan tamu mengenai fasilitas hotel seperti AC mati, Wifi yang tidak dapat terkoneksi, lampu yang kurang terang, kasur yang berbunyi serta penyiram toilet bocor. Keluhan yang diungkapkan tamu mengenai kebersihan hotel seperti kasur yang kurang bersih, air yang berwarna kuning, lantai dan karpet yang kotor. Keluhan yang diungkapkan tamu mengenai pelayanan hotel seperti menu makanan yang kurang bervariasi, rasa makanan yang terlalu asin, serta tidak adanya *room boy* yang dapat membantu tamu membawa koper. Keluhan yang diungkapkan tamu mengenai pelayanan sopan yaitu *resepcionist* yang tidak ramah.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, menunjukkan pentingnya *service recovery* pada Hotel Royal Jember sehingga dapat dianalisis hal-hal yang perlu ditingkatkan oleh pihak Hotel Royal Jember untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga peneliti mengangkat konsep tersebut sebagai bahan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh *Service Recovery* terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Royal Jember”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dilihat bahwa masalah yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan jasa Hotel Royal Jember akan menimbulkan *complain* dari konsumen sehingga dapat menurunkan *customer satisfaction*. Namun dengan menggunakan *service recovery* yang diwujudkan melalui *Theory of justice*: yang terdiri dari *procedural justice*, *interactional justice*, *distributive justice* Hotel Royal Jember dapat menanggulangi dampak dari

kegagalan jasa tersebut sehingga konsumen yang kecewa dapat berubah menjadi puas dan memiliki keinginan untuk menggunakan Hotel Royal Jember kembali.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- a. Apakah *procedural justice* cenderung mempengaruhi *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember?
- b. Apakah *interactional justice* cenderung mempengaruhi *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember?
- c. Apakah *distributive justice* cenderung mempengaruhi *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai beberapa hal sebagai berikut.

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kecenderungan pengaruh *procedural justice* terhadap *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kecenderungan pengaruh *interactional justice* terhadap *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kecenderungan pengaruh *distributive justice* terhadap *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian mengenai ilmu pemasaran bagi beberapa pihak, yaitu :

- a. Bagi Akademisi

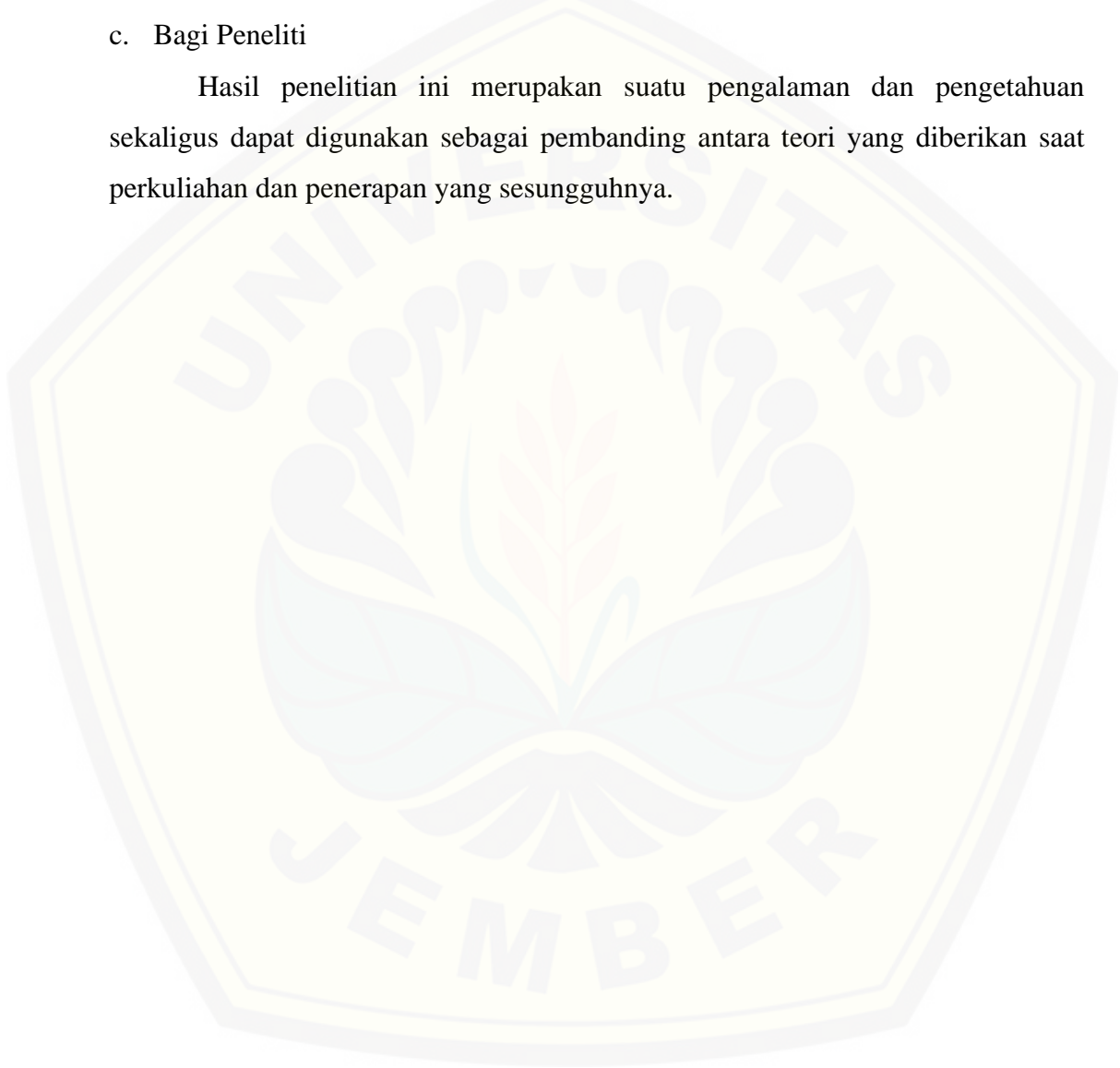
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis yang berkaitan dengan variabel *service recovery* dan *customer satisfaction*.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi pihak Hotel Royal Jember untuk meningkatkan *service recovery* dan kinerja *service recovery* yang telah diberikan kepada pengunjung agar lebih maksimal lagi untuk mencapai kepuasan pengunjung Hotel Royal Jember.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan suatu pengalaman dan pengetahuan sekaligus dapat digunakan sebagai pembandingan antara teori yang diberikan saat perkuliahan dan penerapan yang sesungguhnya.



## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 *Service Recovery*

Menurut Baghetstan (2012) kegagalan pelayanan tidak mungkin dapat dieliminasi dengan sempurna oleh perusahaan penyedia jasa, perlu adanya pemulihan layanan setelah terjadinya kegagalan khususnya mengenai bagaimana dampak dari strategi tersebut terhadap reaksi pelanggan setelah dilakukan pemulihan pelayanan. Pemulihan pelayanan menunjuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan jasa. Zeithaml dan Bitner (2000: 166) memberikan definisi tentang *service recovery* sebagai pengaruh antara tindakan yang dilakukan sebuah organisasi atau perusahaan sebagai respon atas kegagalan pelayanan yang terjadi. Menurut Lucas (2012: 42) *service recovery* adalah suatu program yang memiliki tujuan untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan pelanggan agar kembali pada keadaan normal setelah terjadinya kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Lovelock (2007: 168) *service recovery* adalah upaya sistematis oleh perusahaan setelah kegagalan jasa untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014: 481) pemulihan layanan atau *service recovery* adalah tindakan yang diambil oleh sebuah organisasi penyedia jasa dalam menangani atau mengkompensasi reaksi negatif pelanggan terhadap kegagalan jasa (*service failure*). Komitmen perusahaan sangat penting dalam mendengar dan merespon suara dari seorang konsumen, diharapkan dengan upaya itu tumbuh kepercayaan pelanggan pada kejujuran, integritas dan keandalan jasa. Kepercayaan pelanggan cerminan dari rasa aman pada diri pelanggan karena pelanggan merasa yakin bahwa jasa yang dipilih akan memenuhi harapannya. Perusahaan tidak bisa lagi mengambil risiko kehilangan sejumlah pelanggan hanya karena ketidakpuasan diabaikan. Perusahaan lebih baik mengorbankan uang yang relatif sedikit untuk mengkompensasikan kekecewaan konsumen

melalui program *service recovery*. Tidak sekedar dengan merespon komplain, namun juga melalui penanganan pada saat-saat kritis.

Mengatasi dampak negatif dari kegagalan pelayanan jasa maka diperlukan pemulihan pelayanan atau *service recovery*, menurut Kau dan Loh (2006) *service recovery* secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok yang terdiri atas.

a. *Procedural Justice*

Merupakan *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh *customer* pada proses penanganan *complain*, termasuk pengendalian proses dan waktu penyelesaian komplain tersebut. *Procedural Justice* berfokus pada keadilan yang dirasakan oleh pelanggan dari hasil proses prosedural yang dilakukan oleh perusahaan hasil sengketa atau negosiasi, termasuk pengendalian proses dan waktu penyelesaian komplain tersebut. *Procedural justice* penting dalam *service recovery* saat pelanggan yang mungkin puas dengan jenis strategi *recovery* yang ditawarkan tetapi masih tidak senang jika proses *recovery* yang diterima oleh pelanggan tersebut tidak memuaskannya. Terdapat 5 elemen *procedural justice* yang terdiri atas

- 1) *Process control* yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menangani keluhan konsumen secara tepat.
- 2) *Decision control* yaitu ketepatan waktu yang dilakukan oleh perusahaan dalam menangani keluhan yang dirasakan oleh konsumen.
- 3) *Accessibility* yaitu kemudahan akses yang diberikan pihak perusahaan kepada konsumen saat menyampaikan komplain.
- 4) *Timing/speed* yaitu kecepatan pihak perusahaan dalam memberikan pelayanan untuk mengatasi masalah atas komplain konsumen.
- 5) *Flexibility* yaitu perusahaan bersikap fleksibel terhadap prosedur yang ada dalam perusahaan guna menangani masalah yang dirasakan konsumen.

b. *Interactional Justice*

Merupakan *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh *customer* akan perilaku karyawan yang memberikan pelayanan pada *customer* yang *complain*. *Interactional Justice* atau keadilan interaksional berfokus pada kewajaran yang diterima oleh pelanggan terkait dengan respon perusahaan terhadap



pelanggan yang mengajukan komplain. Perusahaan dapat menjelaskan permasalahan serta meminta maaf untuk *service failure* yang pelanggan alami. Terdapat 5 elemen *interactional justice* yang terdiri atas

- 1) *Explanation* yaitu pihak perusahaan memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai masalah yang dirasakan.
- 2) *Honesty* yaitu sikap jujur pihak perusahaan dalam menangani masalah yang terjadi didalam perusahaan.
- 3) *Politeness* yaitu pihak perusahaan bersikap sopan terhadap konsumen dalam mengatasi masalah yang terjadi.
- 4) *Effort* yaitu pihak perusahaan memiliki usaha untuk bertindak secara maksimal untuk mengatasi komplain konsumen.
- 5) *Emphaty* yaitu perhatian yang diberikan kepada perusahaan atas komplain yang diajukan oleh konsumen.

c. *Distributive Justice*

Merupakan *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh *customer* sebagai hasil dari *complain*. Hasil dari penanganan keluhan yang dilakukan oleh perusahaan harus bersifat adil bagi kedua belah pihak. *Distributive Justice* atau keadilan distributif berfokus pada upaya penanganan *service recovery* yang telah didapatkan oleh pelanggan berdasarkan keluhan yang mereka ajukan dengan menekankan pada prinsip-prinsip berikut

- 1) *Equity* yaitu pihak perusahaan memberikan solusi yang tepat atas keluhan yang disampaikan oleh konsumen.
- 2) *Equality* yaitu pihak perusahaan melakukan perbaikan pelayanan atas komplain yang disampaikan oleh konsumen.
- 3) *Need* yaitu pihak perusahaan memberikan kompensasi berupa penanggungan biaya atas masalah yang menjadi komplain konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut *service recovery* merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai penyedia jasa sebagai respon atau tanggapan dalam menghadapi kegagalan yang terjadi. *Service recovery* perlu dilakukan untuk memperbaiki masalah yang terjadi sehingga konsumen yang merasa tidak



puas atas masalah yang terjadi akan mempertahankan diri karena telah mendapatkan solusi dari penyedia pelayanan.

### 2.1.2 *Customer Satisfaction*

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk membuat konsumen yang merasa puas. Kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Sitanggang, 2017). Dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti sampai pada proses konsumsi. Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukan, proses inilah yang disebut evaluasi alternatif tahap kedua. Hasil dari evaluasi pasca konsumsi adalah konsumen merasa puas atau tidak puas atas penggunaan jasa yang telah dilakukannya.

Menurut Kotler (2016: 6) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau kinerja pelayanan yang dirasakan (atau hasil) berdasarkan ekspektasi. Jika kinerja atau pengalaman jauh dari harapan pelanggan maka pelanggan tidak puas, jika sesuai harapan maka pelanggan merasa puas, jika melebihi harapan maka pelanggan sangat puas. Tjiptono (2014:354) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan konsumen merupakan suatu alat pemicu untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dimasa yang akan datang dan juga suatu langkah yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan jasa. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa, dan sebaliknya jika kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan merasakan puas.

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectation disconfirmation model*, yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver dalam Kurniawan (2016), konsumen memiliki harapan tertentu yang sering disebut ekspektasi terhadap produk yang dia beli. Berdasarkan model yang dikemukakan Oliver ini, kepuasan konsumen ditentukan oleh dua variabel kognitif, yaitu harapan prapembelian (*prepurchase expectation*) dan *disconfirmation*. Harapan prapembelian adalah keyakinan kinerja yang diantisipasi dari suatu produk atau jasa, sedangkan *disconfirmation* adalah perbedaan antara harapan prapembelian dan persepsi purnabeli. Menurut Sumarwan (2011: 83) konsumen akan memiliki harapan mengenai produk itu berfungsi, harapan itu berupa standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen, kemudian dalam mengevaluasi kepuasan atau ketidakpuasan dari sebuah produk atau jasa, konsumen akan menilai berbagai atribut seperti pengalaman dan merek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mengenai model Diskonfirmasi Ekspektasi menjelaskan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan mengenai merek yang seharusnya dengan evaluasi mengenai fungsi yang sesungguhnya, sehingga konsumen akan merasa puas, tidak puas, atau netral terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, *customer satisfaction* merupakan evaluasi yang dilakukan oleh konsumen atas jasa yang diterima dengan ekspektasi prapembelian. *Customer satisfaction* dapat berupa rasa puas terhadap pelayanan jasa yang telah diterima ataupun rasa tidak puas karena pelayanan yang diberikan lebih buruk atau tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Mendukung agar penelitian ini menghasilkan sebuah penelitian yang baik maka penelitian ini membutuhkan penelitian terdahulu sebagai berikut.

Penelitian Mansori *et al.* (2014) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara *service recovery*, *customer satisfaction* dan *customer after purchase behavior* pada *Malaysian Banking Sector*. Populasi dalam penelitian ini adalah

*Malaysian Banking Sector*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 322 responden yang ditentukan dengan teknik *convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan langsung antara *service recovery* yang terdiri dari *distributive justice*, *procedural justice*, dan *interactional justice* terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan, *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer after purchase behavior* dengan menyebarkan *word of mouth*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel yang digunakan yaitu *service recovery* dan *customer satisfaction*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu teknik pengambilan sampel dan metode analisis data yang digunakan.

Penelitian Khoiriyatun *et al.* (2015) dengan tujuan untuk menguji pengaruh *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *service recovery* yang terdiri dari *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Ibis Yogyakarta. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel yang digunakan yaitu *service recovery* dan *customer satisfaction* serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu teknik analisis data yang digunakan.

Penelitian Khoiri (2017) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* terhadap kepuasan pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Purworejo. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100

responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *service recovery* yang terdiri atas *distributive justice*, *procedural*, *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Purworejo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel yang digunakan yaitu *service recovery* dan *customer satisfaction* serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu teknik analisis data yang digunakan.

Penelitian Pambudi dan Martini (2017) dengan tujuan untuk menganalisis pemulihan layanan (*service recover*) yang dilakukan PT Telkom terkait penyelesaian keluhan pelanggan *IndiHome Triple Play*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *IndiHome Triple Play* yang pernah mengadakan masalah layanan yang dihadapi ke layanan *call center 127* dan atau Grapari. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 388 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil CSI konsumen *IndiHome Triple Play* cukup puas dengan layanan yang diberikan. Sedangkan berdasarkan IPA, perludanya perbaikan pada 5 item pada PT Telkom. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel yang digunakan yaitu *service recovery* dan *customer satisfaction* serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu teknik analisis data yang digunakan.

Penelitian Sitanggang (2017) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan pada kepuasan konsumen di Hotel *Grand Praba*. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Hotel *Grand Praba* yang mengalami keluhan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan yang terdiri dari permintaan maaf, penebusan, ketepatan, fasilitas, penjelasan, perhatian, dan upaya berpengaruh secara signifikan pada kepuasan



konsumen Hotel *Grand Praba*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel yang digunakan yaitu *service recovery* dan *customer satisfaction* serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu indikator variabel dan teknik analisis data yang digunakan.

Penelitian Patricia dan Priadi (2018) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *service recover* terhadap kepuasan pelanggan *speedy*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Jambi pengguna layanan Telkom *speedy*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *distributive justice* dan *interactional justice* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *procedural justice* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkom *speedy*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel yang digunakan yaitu *service recovery* dan *customer satisfaction* serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu teknik analisis data yang digunakan.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti Tahun          | Variabel Penelitian   | Metode Analisis                        | Hasil Penelitian  |
|----|------------------------------|---|--|---|
| 1. | Mansori <i>et al.</i> (2014) | <i>Service Recovery (X)</i> ,<br><i>Customer Satisfaction (Z)</i> ,<br><i>Perceived Trust (Y<sub>1</sub>)</i><br><i>Word of Mouth (Y<sub>2</sub>)</i> | <i>Structural Equation Model (SEM)</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan langsung antara <i>service recovery</i> yang terdiri dari <i>distributive justice</i> , <i>procedural justice</i> , dan <i>interactional justice</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> , <i>customer satisfaction</i> meningkatkan <i>perceived trust</i> , <i>customer satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>customer after purchase behavior</i> dengan menyebarkan <i>word of mouth</i> |

Dilanjutkan. . .



Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

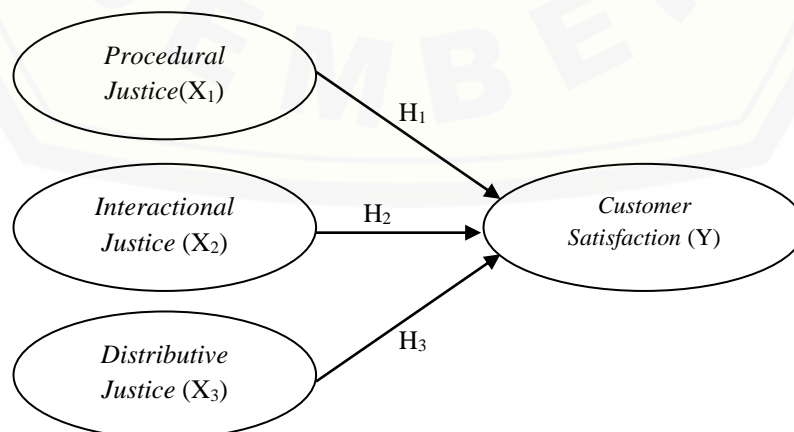
| No | Nama Peneliti Tahun        | Variabel Penelitian                                   | Metode Analisis  | Hasil Penelitian  |
|----|----------------------------|---|--|---|
| 2. | Khoiriyatun et al. (2015)  | <i>Service Recovery</i> (X)<br>Kepuasan Pelanggan (Y) | Regresi Linear Berganda  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi <i>service recovery</i> yang terdiri dari <i>distributive justice</i> , <i>procedural justice</i> dan <i>interactional justice</i> berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Ibis Yogyakarta. |
| 3. | Khoiri (2017)              | <i>Service Recovery</i> (X)<br>Kepuasan Pelanggan (Y) | Regresi Linear Berganda  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi <i>service recovery</i> yang terdiri atas <i>distributive justice</i> , <i>procedural</i> , <i>interactional justice</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Purworejo.                      |
| 4. | Pambudi dan Martini (2017) | <i>Service Recovery</i> (X)<br>Kepuasan Pelanggan (Y) | <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA). | Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil CSI konsumen IndiHome Triple Play cukup puas dengan layanan yang diberikan. Sedangkan berdasarkan IPA, perludanya perbaikan pada 5 item pada PT Telkom   |
| 5. | Sitanggang (2017)          | <i>Service Recovery</i> (X)<br>Kepuasan Pelanggan (Y) | Regresi Linear Berganda  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan yang terdiri dari permintaan maaf, penebusan, ketepatan, fasilitas, penjelasan, perhatian, dan upaya berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen Hotel Grand Praba.   |
| 6. | Fatricia dan Priadi (2018) | <i>Service Recovery</i> (X)<br>Kepuasan Pelanggan (Y) | Regresi Linear Berganda  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>distributive justice</i> dan <i>interactional justice</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan <i>procedural justice</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkom <i>speedy</i> .  |

Sumber: Khoiriyatun (2015), Khoiri (2017), Pambudi dan Martini (2017), Sitanggang (2017), Fatricia dan Priadi (2018)

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual disusun berdasarkan tinjauan teori yang merupakan sumber utama dalam suatu penelitian. Didalam penelitian ini difokuskan pada pembahasan tentang *service recovery* yang kemungkinan dapat menentukan pengaruh puas atau ketidakpuasan tamu pada Hotel Royal Jember.

Menurut Varela *et al.* (2010) kepuasan pasca penanganan keluhan adalah kepuasan yang dirasakan pelanggan yang mengajukan keluhan terhadap respon penyedia layanan. Tingkat kepuasan pelanggan pasca penanganan keluhan secara signifikan dipengaruhi oleh keadilan yang dirasakan (Nikbin *et al.* 2010). Dengan memberikan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan, akan memberikan pengaruh terhadap pembelian kembali oleh pelanggan tersebut dan pelanggan akan menyebarkan informasi dari mulut ke mulut kepada calon pelanggan. Variabel *service recovery* dalam penelitian ini terdiri atas *procedural justice*, *interactional justice*, *distributive justice*. Indikator penelitian didasarkan pada penelitian yang dilakukan Patricia dan Priadi (2018) yang terdiri atas *process control*, *decision control*, *accessibility*, *timing/speed*, dan *flexibility* untuk variabel *procedural justice*. *Explanation*, *honesty*, *politeness*, *effort*, dan *emphaty* untuk variabel *interactional justice*. *Need*, *equity* dan *equality* untuk variabel *distributive justice*. Sedangkan *customer satisfaction* diukur dengan jawaban responden berupa pernyataan puas atau tidak puas tamu Hotel Royal Jember. Berdasarkan pemikiran yang telah dipaparkan berikut gambaran yang berupa kerangka konseptual ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

## 2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2012: 64).

### 2.4.1 Kecenderungan Pengaruh *Procedural Justice* terhadap *Customer Satisfaction*

*Procedural justice* merupakan atribut yang memfokuskan pada keadilan yang diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan peraturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan (Barnes, 2003: 43). Dengan ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan melalui *recovery* dengan terlibat dalam kegiatan yang meningkatkan persepsi pelanggan mengenai *procedural justice*. Menurut Yunri (2014) dalam strategi *service recovery* terdapat prosedur yang akan dijalani oleh konsumen ketika konsumen tersebut mengajukan komplain kepada penyedia jasa hotel. Konsumen akan merasa puas dan mau mengikuti program penanganan keluhan yang disediakan oleh penyedia layanan jasa jika prosedurnya mudah dan cepat. Artinya bahwa dimensi *procedural justice* (keadilan prosedural) berjalan baik jika dalam pelaksanaan prosedur tersebut konsumen dapat merasakan kemudahan dan dapat ditangani dengan cepat maka tentu konsumen akan merasa puas dengan pemulihan jasa tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyatun *et al.* (2015) menunjukkan bahwa dimensi *procedural justice* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Ibis Yogyakarta. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah

H<sub>1</sub>: *Procedure justice* cenderung mempengaruhi *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.

#### 2.4.2 Kecenderungan Pengaruh *Interactional Justice* terhadap *Customer Satisfaction*

Menurut Tjiptono (2014:484), *interactional justice* merupakan atribut yang memfokuskan pada perlakuan interpersonal yang diterima pelanggan dari penyedia jasa atau perusahaan. Strategi *service recovery* tidak hanya sekedar bagaimana proses penyelesaian konflik dan hasil yang diberikan kepada konsumen, tetapi juga bagaimana komunikasi yang tercipta antara kedua belah pihak. Komunikasi yang baik akan tercipta pula kepuasan konsumen. Aspek komunikasi antara pelanggan dengan karyawan atau manajer yang bertujuan untuk mencari penyelesaian tentang konflik yang terjadi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Komunikasi ini berhubungan erat dengan persepsi keadilan interaksional (*interactional justice*) (Yunri, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Patricia dan Priadi (2018) menunjukkan bahwa dimensi *interactional justice* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkom *Speedy* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah

H<sub>2</sub>: *Interactional justice* cenderung mempengaruhi *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.

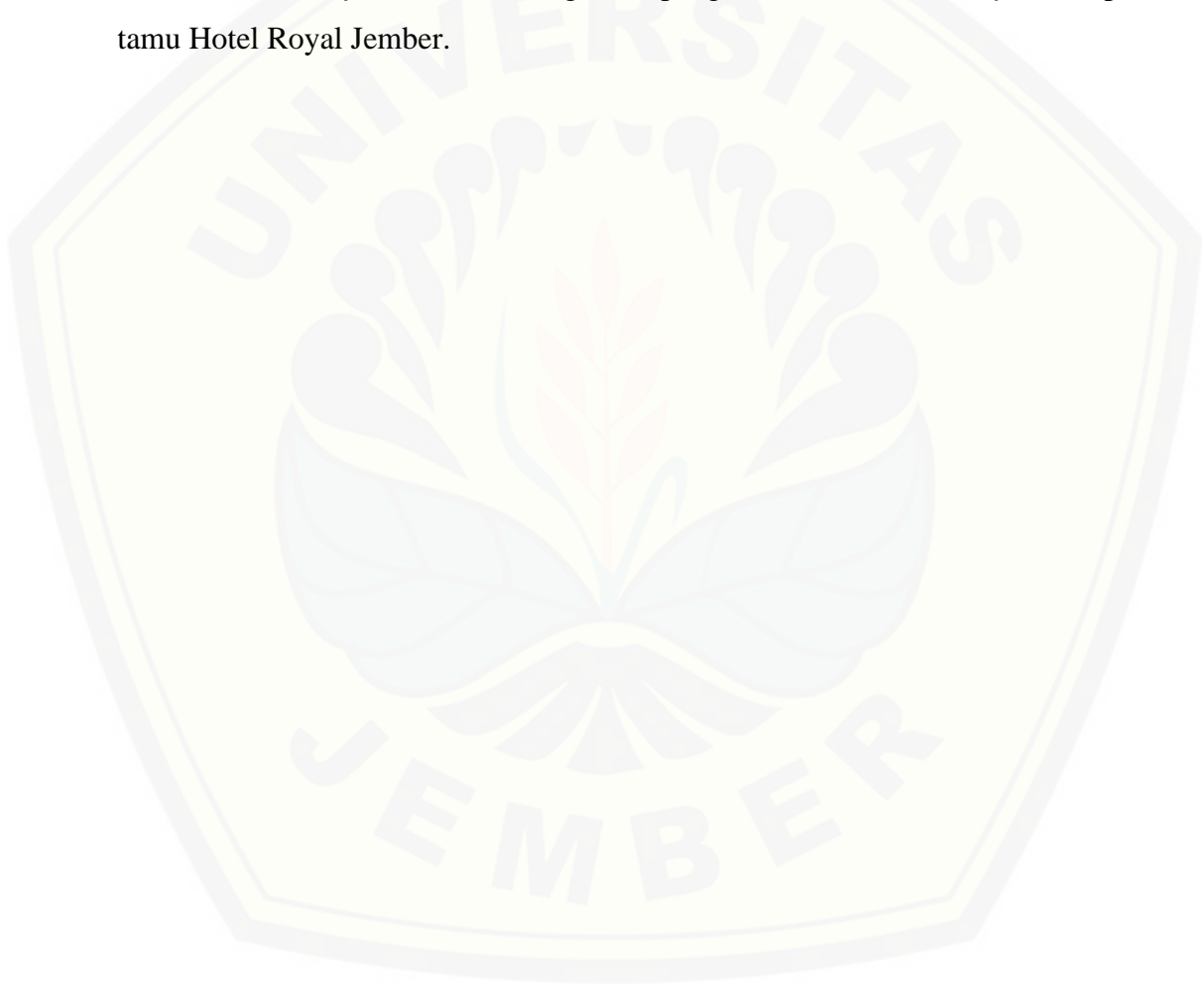
#### 2.4.3 Kecenderungan Pengaruh *Distributive Justice* terhadap *Customer Satisfaction*

*Distributive justice* merupakan nilai keadilan yang mengacu pada perhitungan alokasi biaya yang dikeluarkan pelanggan dan manfaat yang diterima pelanggan. Perusahaan dapat memberikan hasil yang adil untuk mewujudkan keadilan distributif ini (Khoiri, 2017). Menurut Yunri (2014) ketika seorang konsumen mengajukan komplain pada penyedia jasa hotel maka konsumen tersebut akan mempunyai ekspektasi lebih akan hasil yang diterima setelah pengajuan komplain dilakukan. Hasil inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan konsumen dalam menerima pemulihan jasa yang dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa hotel. Kepuasan pelanggan akan meningkat seiring

dengan meningkatnya *output* yang mereka terima. Hasil yang diperoleh merupakan persepsi konsumen terhadap keadilan distributif atau *distributive justice*.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoiri (2017) menunjukkan bahwa dimensi *distributive justice* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Purworejo. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah

H<sub>3</sub>: *Distributive justice* cenderung mempengaruhi *customer satisfaction* pada tamu Hotel Royal Jember.





### BAB 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam *explanatory research* (penelitian penjelasan), karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebabakibat antara variabel independen yaitu *procedural justice*, *interactional justice*, *distributive justice* dan variabel dependen yaitu *customer satisfaction*. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan objek penelitian tamu pada Hotel Royal Jember.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua tamu Hotel Royal Jember. Besarnya jumlah tamu pada Hotel Royal Jember sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel.

Sampel yang diambil adalah bagian dari populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan sebagai berikut.

- a. Berusia 17 tahun keatas, dimana usiatersebut diasumsikan responden memiliki penghasilan dan mampu menggunakan jasa hotel.
- b. Merupakan tamu pada Hotel Royal Jember yang pernah mengalami keluhan saat menggunakan jasa Hotel Royal Jember.

Menurut pendapat Malhotra (2005: 120) bahwa jumlah sampel *representative* bergantung pada indikator yang digunakan. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Indikator dalam penelitian ini berjumlah 13 indikator sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal adalah  $13 \times 8 = 104$  responden.

#### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data-data yang berupa angka yang diperoleh dari skor-skor jawaban responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa hasil jawaban dari pernyataan responden dan berupa karakteristik responden. Sedangkan sumber data sekunder berupa website.

### 3.4 Identifikasi Variabel

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu

- a. Variabel Independen (X) yaitu *service recovery* yang terdiri atas *procedural justice* ( $X_1$ ), *interactional justice* ( $X_2$ ), dan *distributive justice* ( $X_3$ )
- b. Variabel Dependen (Y) yaitu *customer satisfaction*.

### 3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

#### 3.5.1 Definisi Operasional

Menurut Nazir (2011:128) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau mengspesifikasikan pengertian untuk mengukur konstruk. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *procedural justice*, *interactional justice*, *distributive justice* dan *customer satisfaction*.

#### 1 *Prosedural Justice* ( $X_1$ )

*Procedural justice* merupakan keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan peraturan dan kebijakan yang telah ditetapkan Hotel Royal Jember. Indikator *procedural justice* dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Kau dan Loh (2006) yang terdiri atas *process control*, *decision control*, *accessibility*, *timing/speed* dan *flexibility*.

- 1) *Process control* yaitu pihak Hotel Royal Jember menangani proses penanganan keluhan dengan tepat
- 2) *Decision control* yaitu pihak Hotel Royal Jember menanggapi keluhan dengan tepat waktu.
- 3) *Accessibility* yaitu pihak Hotel Royal Jember mempermudah akses dalam menyampaikan komplain atau saran.

- 4) *Timing/speed* yaitu pihak Hotel Royal Jember menangani komplain dengan cepat.
- 5) *Flexibility* yaitu Hotel Royal Jember bersikap fleksibel terhadap prosedur dalam menangani komplain sesuai kondisi yang terjadi.

## 2 *Interactional Justice (X<sub>2</sub>)*

*Interactional justice* merupakan keadilan yang memfokuskan pada respon yang ditunjukkan oleh Hotel Royal Jember ketika berhadapan dengan konsumen pada saat mengajukan komplain. Indikator *interactional justice* dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Kau dan Loh (2006) yang terdiri atas *explanation, honesty, politeness, effort, dan empathy*.

- 1) *Explanation* yaitu pihak Hotel Royal Jember menjelaskan permasalahan yang terjadi dengan baik.
- 2) *Honesty* yaitu pihak Hotel Royal Jember bersikap jujur dalam menangani masalah yang terjadi.
- 3) *Politeness* yaitu pihak Hotel Royal Jember bersikap sopan dalam menangani komplain yang diajukan.
- 4) *Effort* yaitu pihak Hotel Royal Jember berusaha maksimal dalam memberikan solusi atas komplain yang diajukan
- 5) *Empathy* yaitu pihak Hotel Royal Jember memberikan perhatian atas komplain yang diajukan.

## 3 *Distributive Justice(X<sub>3</sub>)*

*Distributive justice* merupakan keadilan yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian pemulihan layanan yang telah dilakukan Hotel Royal Jember. Indikator *distributive justice* dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Kau dan Loh (2006) yang terdiri atas *need, equity dan equality*.

- 1) *Need* yaitu pihak Hotel Royal Jember memberikan solusi yang tepat sesuai kebutuhan.
- 2) *Equity* yaitu pihak Hotel Royal Jember melakukan tindakan perbaikan ketika terjadi masalah.
- 3) *Equality* yaitu pihak Hotel Royal Jember menanggung biaya atau uang ketika terjadi masalah yang disebabkan pihak hotel.

#### 4 *Customer Satisfaction* (Y)

*Customer satisfaction* merupakan penilaian tamu tentang puas atau ketidakpuasan terhadap *service recovery* yang dilakukan Hotel Royal Jember.

##### 3.5.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel independen yaitu *procedural justice*, *interactional justice* dan *distributive justice* dilakukan dengan menggunakan skala *likert* yang memiliki 5 pilihan jawaban dan diberi skor.

- a. Skor 5 : Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 : Setuju (S)
- c. Skor 3 : Cukup Setuju (CS)
- d. Skor 2 : Tidak setuju (TS)
- e. Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Sedangkan dalam menentukan nilai variabel dependen *customer satisfaction* dilakukan kategorisasi yaitu apabila tamu puas terhadap *service recovery* yang dilakukan penyedia jasa Hotel Royal Jember mendapat skor atau memiliki nilai 1, jika tamu tidak puas terhadap *service recovery* yang dilakukan penyedia jasa Hotel Royal Jember maka tidak akan mendapatkan skor atau memiliki nilai 0.

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai yang diharapkan peneliti. Tinggi rendah validitas suatu angket dihitung dengan menggunakan metode *pearson product moment* yaitu mengkolerasikan jumlah skor tiap butir dengan skor total (Sugiyono, 2012: 172). Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan *coefficient correlation pearson* dalam program komputer SPSS Versi 22. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada r tabel dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. rhasil (*coefficient correlation pearson*) apabila lebih besar dari r tabel (*critical value*), maka instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya

apabila hasil perhitungan rhasil (*coefficient correlation pearson*) lebih kecil dari rtabel (*critical value*) maka instrumen dinyatakan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukurannya diulang dua kali atau lebih (Sugiyono, 2012: 172). Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Pengujian keandalan alat ukur dalam penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach alpha* dengan tingkat signifikansi 0,60. Suatu variabel dikatakan *reliable* apabila variabel tersebut memberikan nilai *cronbach alpha*  $\geq 0,60$ .

## 3.7 Metode Analisis Data

### 3.7.1 Analisis Regresi Logistik

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Penelitian ini menggunakan analisis logistik karena merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mencari hubungan variabel respon yang bersifat *dichotomos* (berskala nominal atau ordinal dengan dua kategori) atau *polychotomus* (mempunyai skala nominal atau ordinal dengan lebih dari dua kategori) dengan satu atau lebih variabel *predictor* dan variabel respon bersifat *continue* atau kategorik yang cocok dengan variabel dependen dalam penelitian ini yang menyatakan puas atau tidak puas. Persamaan regresi logistik dalam penelitian ini menurut Ghozali (2011: 228).

$$\text{Ln} = \frac{p}{1-p} = (b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3)$$

Keterangan

$Y = \text{Ln} = P/1-P = \text{Customer satisfaction}$

$P$  = Probabilitas konsumen menyatakan puas

$n$  = Bilangan ke  $n$

$b_0$  = Nilai konstanta dari nilai regresi



$b_1$  = Besarnya pengaruh *procedural justice* terhadap *customer satisfaction*

$b_2$  = Besarnya pengaruh *interactional justice* terhadap *customer satisfaction*

$b_3$  = Besarnya pengaruh *distributive justice* terhadap *customer satisfaction*

Metode regresi logistik dinyatakan dalam suatu model probabilitas yaitu model dimana variabel dependen adalah logaritma dari probabilitas suatu atribut akan berlaku dalam kondisi adanya variabel-variabel bebas tertentu. Untuk menguji signifikansi koefisien dari model yang telah diperoleh, maka dilakukan uji hipotesis.

### 3.7.2 Uji Kesesuaian Model

Kelayakan model regresi logistik di uji dengan beberapa langkah. Langkah pertama adalah menilai *overall fit model* terhadap data. Beberapa tes statistik diberikan untuk menilai hal seperti berikut:

$H_0$  = Model yang dihipotesiskan *fit* dengan data

$H_a$  = Model yang dihipotesiskan tidak *fit* dengan data

Model fit (*overall for model*) adalah membandingkan angka  $-2 \text{ Log Likelihood}$  pada model awal ( $Block = 0$ ) dengan angka  $-2 \text{ Log Likelihood}$  pada model final ( $Block = 1$ ). Apabila terjadi penurunan  $-2 \text{ Log Likelihood}$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model tersebut menunjukkan model *fit* dan penambahan variabel bebas *procedural justice* ( $X_1$ ), *interactional justice* ( $X_2$ ) dan *distributive justice* ( $X_3$ ) kedalam model dapat memperbaiki model fit.

Langkah ke dua dengan menganalisis *Hosmer and Lemeshow*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui suatu model dapat dikatakan layak atau tidak. Model dikatakan *fit* dan layak diinterpretasikan apabila nilai signifikansi dari uji *Hosmer and Lemeshow* lebih besar dari  $\alpha = 5\%$ .

Langkah terakhir untuk menilai model *fit* yaitu dengan menganalisis nilai *negelkerke R-square* yang bertujuan untuk mengetahui berapa persen variabel bebas dapat menentukan pengaruh variabel terikat. Pada perhitungan menggunakan regresi logistik dalam alat statistik SPSS dapat dilihat dari hasil *negelkerke R-square* pada tabel *Model Summary*.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Estimasi parameter digunakan untuk pengujian individu yang menunjukkan suatu variabel bebas signifikan atau layak untuk masuk model atau tidak. Untuk mengujinya digunakan *wald tes* pada tabel *Variabel in the Equation* dengan menggunakan program komputer SPSS Versi 22 dengan hipotesis sebagai berikut  
 $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  berarti *procedural justice, interactional justice, distributive justice* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

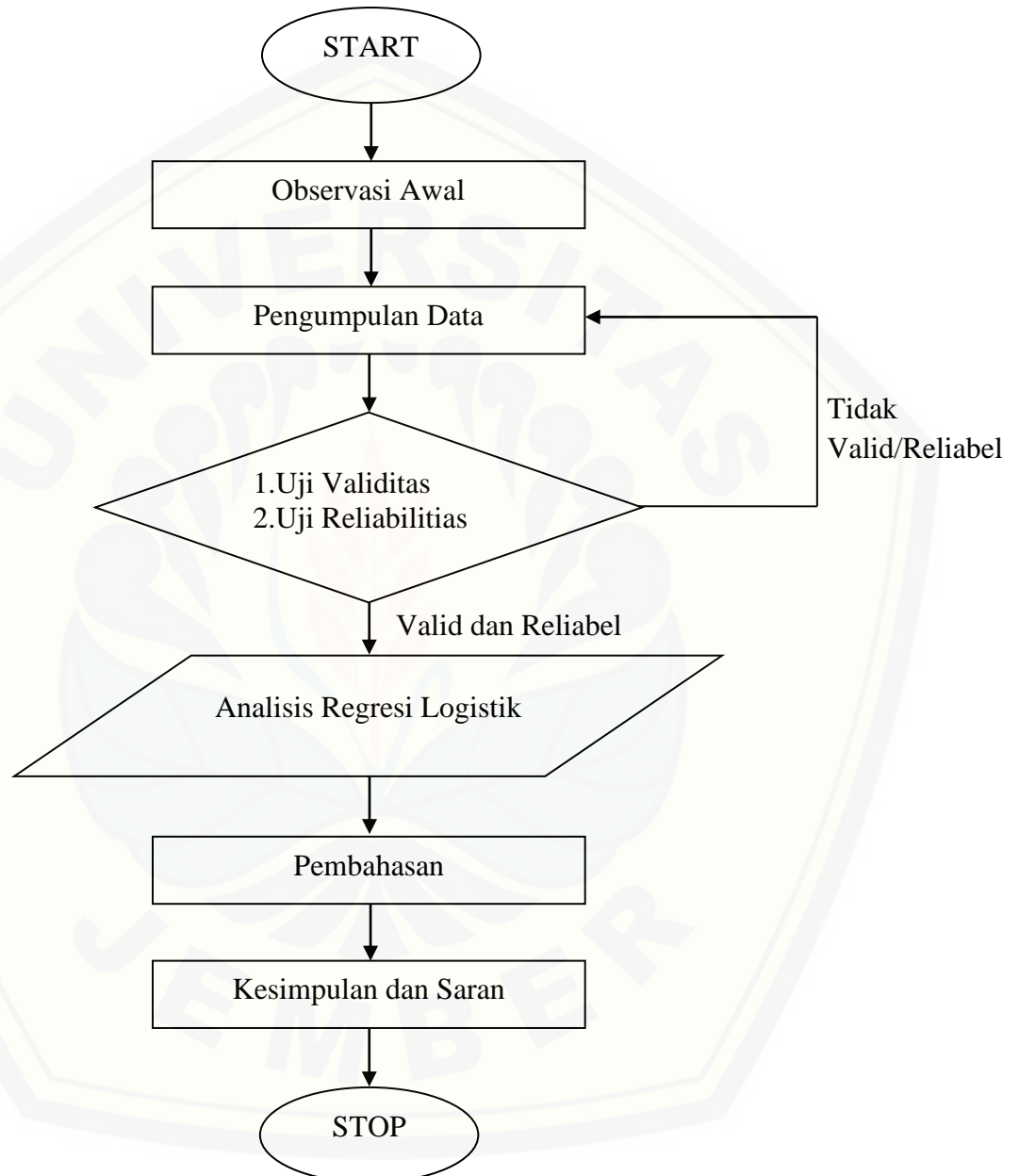
$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$  berarti *procedural justice, interactional justice, distributive justice* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Estimasi parameter dilihat melalui koefisien regresi. Koefisien regresi tiap variabel yang diujikan menunjukkan bentuk hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai probabilitas (*sig*) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ). Kriteria pengambilan keputusan yaitu

- a. Jika probabilitas (signifikan)  $\leq \alpha = 5\%$  maka hipotesis alternatif didukung.
- b. Jika probabilitas (signifikan)  $\geq \alpha = 5\%$  maka hipotesis alternatif tidak didukung.

### 3.8 Kerangka Pemecahan Masalah

Berikut Gambar 3.1 menunjukkan kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

1. *Start*, yaitu tahap awal atau persiapan penelitian terhadap masalah yang akan diteliti.
2. Melakukan observasi awal yang bertujuan melihat fenomena yang terjadi pada konsumen di Hotel Royal Jember.
3. Penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.
4. Uji validitas dan reliabilitas bertujuan menguji tingkat kesahihan dan kehandalan data. Jika data hasil uji sudah handal dan sah, maka dilanjutkan pada tahap analisis. Namun, jika data hasil uji dinyatakan tidak sah dan handal maka kembali ke pengumpulan data.
5. Data dianalisis menggunakan regresi logistik untuk mengetahui pengaruh subvariabel *service recovery* yang terdiri atas *procedural justice*, *interactional justice*, dan *distributive justice* terhadap *customer satisfaction* Hotel Royal Jember. Adapun pengujian hipotesis dilakukan dengan menilai model fit dan estimasi parameter.
6. Setelah mendapatkan hasil, maka dilakukan pembahasan hasil analisis, interpretasi output SPSS.
7. Menyimpulkan hasil penelitian.
8. Selesai, yaitu berakhirnya penelitian dengan memberikan hasil akhir dari penelitian.

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *service recovery* yang terdiri atas *procedural justice*, *interactional justice* dan *distributive justice* terhadap *customer satisfaction*, maka kesimpulan dari penelitian ini antara lain.

- a. *Procedural justice* memiliki kecenderungan mempengaruhi *customer satisfaction* yang ditunjukkan dengan hasil pengujian *wald* yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha yang ditentukan sehingga dapat diartikan bahwa *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh para tamu pada proses penanganan *complain*, termasuk pengendalian proses dan waktu penyelesaian *complain* tersebut memiliki peluang untuk menciptakan kepuasan pada tamu hotel Royal Jember. Menangani masalah dengan cepat dan tepat sangat berpengaruh terhadap kredibilitas perusahaan dan masa depan perusahaan di masa yang akan datang.
- b. *Interactional justice* memiliki kecenderungan mempengaruhi *customer satisfaction* yang ditunjukkan dengan hasil pengujian *wald* yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha yang ditentukan sehingga dapat diartikan bahwa *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh tamu mengenai perilaku karyawan yang memberikan pelayanan pada para tamu yang melakukan *complain* memiliki peluang untuk menciptakan kepuasan pada tamu hotel Royal Jember.
- c. *Distributive justice* memiliki kecenderungan mempengaruhi *customer satisfaction* yang ditunjukkan dengan hasil pengujian *wald* yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha yang ditentukan sehingga dapat diartikan bahwa hasil dari penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak Hotel Royal Jember telah bersifat adil bagi kedua belah pihak memiliki peluang untuk menciptakan kepuasan pada tamu hotel Royal Jember.



## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan serta kesimpulan yang telah dijabarkan peneliti maka saran yang dapat diberikan antara lain.

### a. Bagi Perusahaan

Bagi pihak Hotel Royal Jember sebaiknya meningkatkan *service recovery* dan kinerja *service recovery* yang telah diberikan kepada pengunjung agar lebih maksimal lagi untuk mencapai kepuasan pengunjung Hotel Royal Jember. Pihak Hotel Royal Jember harus mampu menangani keluhan yang diungkapkan oleh para tamu serta dapat mengatasi hal tersebut guna menciptakan kepuasan konsumen atas kegagalan pelayanan yang dirasakan para tamu sehingga para tamu tidak kecewa atas pelayanan yang diberikan. Dengan mendengar dan merasakan keluhan yang nyata dari pengunjung dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan dimata pengunjung. Selain itu juga dapat meningkatkan kinerja karyawan agar lebih berhati-hati dan teliti lagi dalam melayanani pelanggan agar tidak terjadi lagi dimasa yang akan datang.

### b. Bagi Akademisi

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan metode analisis dengan wawancara agar mendapatkan informasi lebih luas mengenai *service recovery* yang telah dilakukan oleh pihak hotel serta mengetahui berbagai keluhan yang dirasakan oleh para tamu saat menggunakan jasa hotel tersebut. Mengetahui berbagai keluhan nyata yang dirasakan oleh para tamu saat menggunakan jasa hotel tersebut dan mengetahui langkah-langkah apa saja yang diambil oleh pihak hotel saat terjadinya keluhan serta upaya dari pihak hotel untuk mencegah hal itu tidak terjadi lagi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andreassen, T. W. 2000. Antecedents to Satisfaction with Service Recovery. *Europe Journal of Marketing*. Vol 34 (1). Hal 156-175.
- Baghestan. 2012. The Impact of Service recovery on Customer Satisfaction: Case of Iran. *Archives Des Scienses*. 65(11). Hal 506-514
- Barnes, Anthony. 2003. How to Maintain the Trust: A Study in Banking Customer. *the Expert Press*, London.
- Fatricia, Raja Sharah Patricia dan Eka Priadi. 2018. Pengaruh Service Recover terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy. *Jurnal Digest Marketing*. Vo 3(1). Hal 37 – 44.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Kau, Ah-Keng dan Elizabeth Wan-Yiun Loh. 2006. The effects of service recovery on consumer satisfaction: a comparison between complainants dan non complainants. *Journal of Service Marketing*. 20 (2). Hal 101-111.
- Khoiri, Rohmat. 2017. “Pengaruh *Service Recovery* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan PT Tiki Nugraha Ekakurir (JNE) di Purworejo”. Skripsi. Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Khoiriyatun, Titin Ekowati dan Wijayanti. Pengaruh *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Universitas Purworejo*.
- Kotler, Philip dan Keller, K. Lane. 2016. *Marketing Management. 15th edition*. England: Pearson Education
- Kurniawan, Noer Fajri. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan Hoka Hoka Bento Citra Raya”. Skripsi. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Lovelock C. 2010. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Lucas, W. Robert. 2012. *Customer Service: Skill For Success*. Fifth Edition. MCGraw-Hill: Florida
- Malhotra, Narest. 2005. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jilid 1 Edisi keempat. Jakarta: Erlangga.

- Mansori, Shaheen, Goh Guan Tyng dan Zarina Mizam Mohd Ismail. 2014. Service Recovery, Satisfaction and Customers Post Service Behavior in the Malaysian Banking Sector. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*. Vol 2 (1). Hal 5 – 22.
- Martilah, Anna S dan Jochen Wirtz. 2004. Arousal Expectation and Service Evaluation. *International Journal of Service Industry Management*. Vol 17 (3). Hal 229 – 244.
- Nazir, M. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nikbin, Davound., Ishak Ismail, Malliga Marimuthu, dan Mohammad Jalalkamali. 2010. Perceived Justice in Service recovery and Recovery Satisfaction: The Moderating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*. Vol 2(2), 47-56
- Pambudi, Faishal Nur dan Erni Martini. 2017. Analisis Service Recovery Layanan Indihome Triple Play Kota Bandung Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol 15 (2). 119 – 127.
- Sitanggang, Abnertus Christoper. 2017. “Pengaruh Penanganan Keluhan Pada Kepuasan Konsumen Di Hotel Grand Praba Bandar Lampung”. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung
- Solichah, Zumrotun. 2018 Hunian Hotel di Jember Terus Berkembang dalam <https://jatim.antaranews.com/berita/246594/hunian-hotel-di-jember-terus-berkembang> diakses pada 15 April 2019
- Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto, Eko B. 2006. *Budaya Kerja Perbankan*. Jakarta : Pustaka LP3ES
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Yunri, Intan K. 2014. “Pengaruh Startegi Service Recovery terhadap kepuasan Nasabah”. Skripsi. Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Varela, Neira, C., Rodolfo, V.C., and Víctor, I. 2010. Explaining Customer Satisfaction With Complain Handling. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 26 (2). Hal 88-112.

Zeithmal, Valerie dan Marry Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. New York: The McGrawHill Companies, Inc.



**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**

KUESIONER PENELITIAN

Yth.

Saudara/i Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Recovery* terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Royal Jember” maka saya:

Nama : Luccy Avrindy Ragilia Putri

NIM : 130810201116

Jurusan : S1 Manajemen

Dengan kerendahan hati memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner yang terlampir. Jawaban Saudara/i akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilaksanakan. Saya akan sangat menghargai setiap jawaban yang diberikan dan tetap dijaga kerahasiaannya, serta tidak akan berpengaruh terhadap kedudukan dan status. Hasil dari angket ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian. Besar harapan saya, Saudara/i dapat digunakan untuk menganalisis data secara tepat dan objektif.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Luccy Avrindy Ragilia Putri

NIM. 130810201116





**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP**  
***CUSTOMER SATISFACTION* HOTEL ROYAL JEMBER**

**I. Identitas Responden**

No. Responden : ..... (Diisi oleh Peneliti)  
Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan \*)  
Usia : ..... Tahun  
Pekerjaan : .....  
Pendapatan : ..... Per Bulan  
Aspek yang dikeluhkan :  Fasilitas Hotel  
 Kebersihan Hotel  
 Pelayanan Hotel  
 Pelayanan Sopan

**II. Petunjuk Pengisian**

1. Pernyataan berikut mohon diisi dengan jujur dan sesuai keadaan serta kenyataan yang ada.
2. Berilah tanda check list atau centang (√) pada salah satu kolom jawaban dari setiap pernyataan sesuai dengan apa yang Anda alami dan rasakan saat ini.
3. Kriteria Penilaian  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
CS : Cukup Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

### III. Pernyataan

#### *Service Recovery*

| No.  | Pernyataan   | SS | S | CS | TS | STS |
|--|--|----|---|----|----|-----|
| <b><i>Procedural Justice (X<sub>1</sub>)</i></b> |  |    |   |    |    |     |
| X <sub>1.1</sub>                                 | Pihak Hotel Royal Jember menangani masalah dengan prosedur yang tepat.   |    |   |    |    |     |
| X <sub>1.2</sub>                                 | Pihak Hotel Royal Jember menanggapi keluhan dengan tepat waktu.  |    |   |    |    |     |
| X <sub>1.3</sub>                                 | Pihak Hotel Royal Jember mempermudah akses dalam menyampaikan komplain dan saran.                                  |    |   |    |    |     |
| X <sub>1.4</sub>                                 | Pihak Hotel Royal Jember menangani komplain dengan cepat.  |    |   |    |    |     |
| X <sub>1.5</sub>                                 | Pihak Hotel Royal Jember bersikap fleksibel terhadap prosedur dalam menangani komplain sesuai kondisi yang terjadi |    |   |    |    |     |

| No.   | Pernyataan   | SS | S | CS | TS | STS |
|---|--|----|---|----|----|-----|
| <b><i>Interactional Justice (X<sub>2</sub>)</i></b> |  |    |   |    |    |     |
| X <sub>2.1</sub>                                    | Pihak Hotel Royal Jember menjelaskan permasalahan yang terjadi dengan baik..                   |    |   |    |    |     |
| X <sub>2.2</sub>                                    | Pihak Hotel Royal Jember bersikap jujur dalam menangani masalah yang terjadi.                  |    |   |    |    |     |
| X <sub>2.3</sub>                                    | Pihak Hotel Royal Jember bersikap sopan dalam menangani komplain yang diajukan.                |    |   |    |    |     |
| X <sub>2.4</sub>                                    | Pihak Hotel Royal Jember berusaha maksimal dalam memberikan solusi atas keluhan yang diajukan. |    |   |    |    |     |
| X <sub>2.5</sub>                                    | Pihak Hotel Royal Jember memberikan perhatian atas komplain yang diajukan.                     |    |   |    |    |     |

| No.  | Pernyataan  | SS | S | CS | TS | STS |
|--|---|----|---|----|----|-----|
| <b><i>Distributive Justice (X<sub>3</sub>)</i></b> |   |    |   |    |    |     |
| X <sub>3.1</sub>                                   | Pihak Hotel Royal Jember memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan.                            |    |   |    |    |     |
| X <sub>3.2</sub>                                   | Pihak Hotel Royal Jember melakukan tindakan perbaikan ketika terjadi masalah.                             |    |   |    |    |     |
| X <sub>2.3</sub>                                   | Pihak Hotel Royal Jember menanggung biaya atau uang ketika terjadi kesalahan yang disebabkan pihak hotel. |    |   |    |    |     |

***Customer Satisfaction***

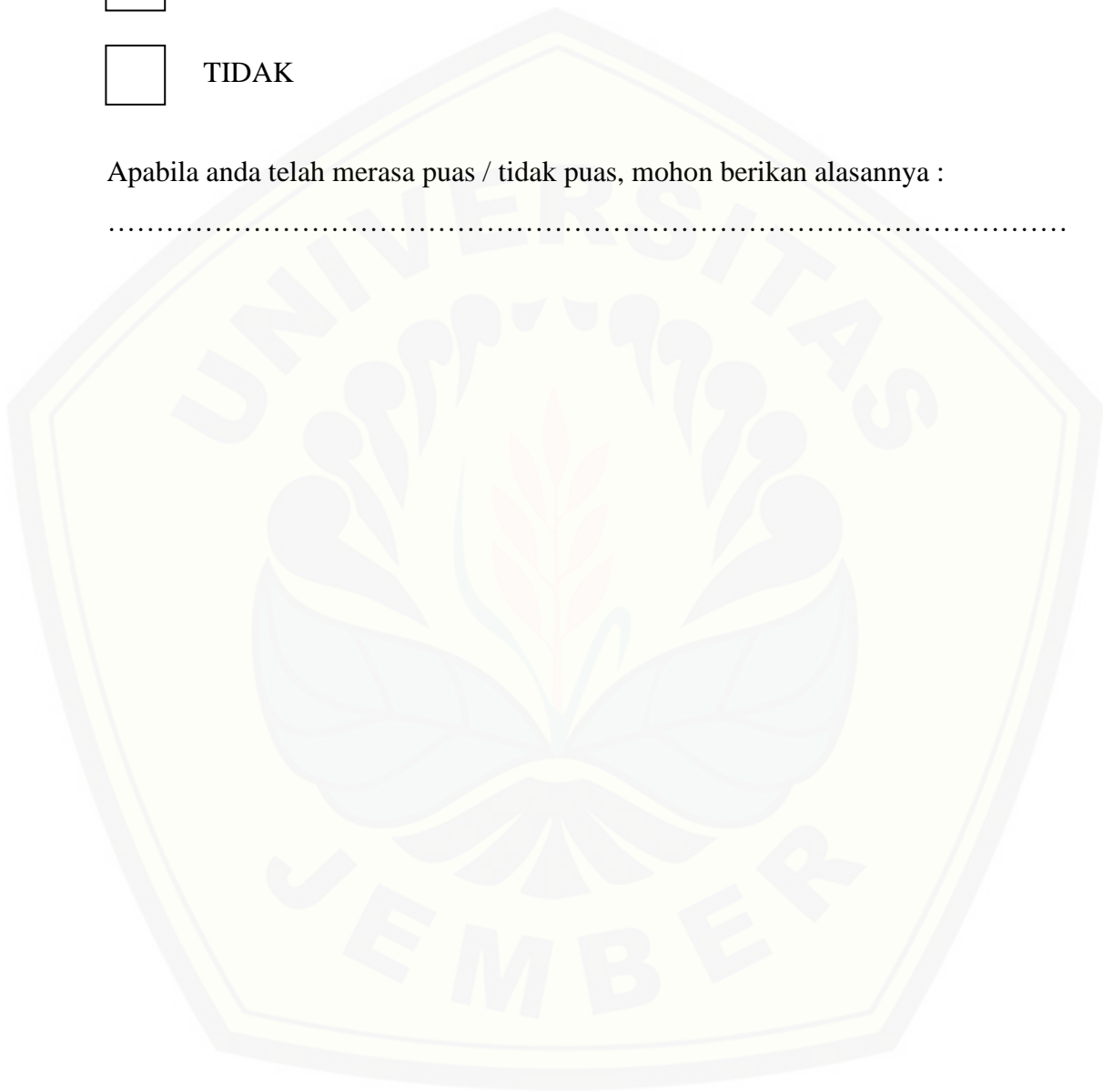
Apakah saudara/i merasa puas dengan pemulihan pelayanan atau *service recovery* yang telah diberikan Pihak Hotel Royal Jember?

YA

TIDAK

Apabila anda telah merasa puas / tidak puas, mohon berikan alasannya :

.....



**Lampiran 2. Karakteristik Responden**

| No | Jenis Kelamin | Usia          | Profesi           | Penghasilan                 | Aspek Keluhan    |
|----|---------------|---------------|-------------------|-----------------------------|------------------|
| 1  | Perempuan     | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 2  | Laki - laki   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 3  | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 4  | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 5  | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 6  | Laki - laki   | > 45 Tahun    | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 7  | Perempuan     | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 8  | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 9  | Perempuan     | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 10 | Laki - laki   | > 45 Tahun    | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 11 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 12 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 13 | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 14 | Perempuan     | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 15 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 16 | Laki - laki   | > 45 Tahun    | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 17 | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 18 | Laki - laki   | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 19 | Perempuan     | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 20 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 21 | Laki - laki   | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 22 | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 23 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 24 | Laki - laki   | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | -                |
| 25 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Sopan  |
| 26 | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 27 | Laki - laki   | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 28 | Perempuan     | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 29 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 30 | Laki - laki   | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 31 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 32 | Laki - laki   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 33 | Laki - laki   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 34 | Perempuan     | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 35 | Laki - laki   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 36 | Laki - laki   | 17 - 25 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 37 | Perempuan     | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 38 | Perempuan     | > 45 Tahun    | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 39 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 40 | Perempuan     | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 41 | Perempuan     | > 45 Tahun    | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 42 | Laki - laki   | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 43 | Perempuan     | 36 - 45 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | -                |
| 44 | Perempuan     | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 45 | Laki - laki   | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Sopan  |

|    |             |               |                   |                             |                  |
|----|-------------|---------------|-------------------|-----------------------------|------------------|
| 46 | Perempuan   | 17 - 25 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 47 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 48 | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 49 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 50 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 51 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 52 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 53 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 54 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 55 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 56 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Sopan  |
| 57 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 58 | Perempuan   | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 59 | Perempuan   | 17 - 25 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 60 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 61 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Sopan  |
| 62 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 63 | Perempuan   | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 64 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 65 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 66 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 67 | Laki - laki | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Hotel  |
| 68 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Pelayanan Sopan  |
| 69 | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 70 | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Sopan  |
| 71 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Sopan  |
| 72 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 73 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 74 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Sopan  |
| 75 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 76 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 77 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 78 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Sopan  |
| 79 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 80 | Perempuan   | 26 - 35 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 81 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 82 | Laki - laki | > 45 Tahun    | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Sopan  |
| 83 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 84 | Perempuan   | 17 - 25 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Pelayanan Sopan  |
| 85 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | -                |
| 86 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Sopan  |
| 87 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 88 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 89 | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | Pegawai Swasta    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 90 | Perempuan   | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 91 | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 92 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Fasilitas Hotel  |
| 93 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |



|     |             |               |                   |                             |                  |
|-----|-------------|---------------|-------------------|-----------------------------|------------------|
| 94  | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Pelayanan Hotel  |
| 95  | Laki - laki | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 96  | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | -                |
| 97  | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | wiraswasta        | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 98  | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | wiraswasta        | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | -                |
| 99  | Laki - laki | 36 - 45 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Fasilitas Hotel  |
| 100 | Laki - laki | 17 - 25 Tahun | Mahasiswa/Pelajar | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | -                |
| 101 | Perempuan   | 36 - 45 Tahun | Pegawai Swasta    | Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 | Kebersihan Hotel |
| 102 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | Kebersihan Hotel |
| 103 | Laki - laki | > 45 Tahun    | Pegawai Negeri    | Lebih dari Rp 3.000.000     | -                |
| 104 | Laki - laki | 26 - 35 Tahun | wiraswasta        | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | Pelayanan Hotel  |



**JenisKelamin**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Laki – laki | 56        | 53.8    | 53.8          | 53.8               |
| Perempuan         | 48        | 46.2    | 46.2          | 100.0              |
| Total             | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Usia**

|                  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid > 45 Tahun | 13        | 12.5    | 12.5          | 12.5               |
| 17 - 25 Tahun    | 28        | 26.9    | 26.9          | 39.4               |
| 26 - 35 Tahun    | 34        | 32.7    | 32.7          | 72.1               |
| 36 - 45 Tahun    | 29        | 27.9    | 27.9          | 100.0              |
| Total            | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Profesi**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Mahasiswa/Pelajar | 17        | 16.3    | 16.3          | 16.3               |
| Pegawai Negeri          | 25        | 24.0    | 24.0          | 40.4               |
| Pegawai Swasta          | 20        | 19.2    | 19.2          | 59.6               |
| Wiraswasta              | 42        | 40.4    | 40.4          | 100.0              |
| Total                   | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Penghasilan**

|                               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Lebih dari Rp 3.000.000 | 53        | 51.0    | 51.0          | 51.0               |
| Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000   | 16        | 15.4    | 15.4          | 66.3               |
| Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000   | 35        | 33.7    | 33.7          | 100.0              |
| Total                         | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

## Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden

| No | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1 | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2 | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X.3 | Y |
|----|------|------|------|------|------|----|------|------|------|------|------|----|------|------|------|-----|---|
| 1  | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 2  | 4    | 3    | 5    | 3    | 4    | 19 | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 | 4    | 5    | 4    | 13  | 1 |
| 3  | 3    | 2    | 3    | 2    | 2    | 12 | 2    | 4    | 2    | 3    | 2    | 13 | 3    | 4    | 2    | 9   | 1 |
| 4  | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 4    | 3    | 4    | 21 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 5  | 3    | 3    | 2    | 3    | 2    | 13 | 3    | 2    | 2    | 3    | 3    | 13 | 3    | 2    | 3    | 8   | 0 |
| 6  | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 2    | 4    | 3    | 2    | 4    | 15 | 4    | 2    | 3    | 9   | 0 |
| 7  | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 18 | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 22 | 4    | 3    | 4    | 11  | 1 |
| 8  | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24 | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 9  | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 18 | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 10 | 2    | 2    | 3    | 3    | 2    | 12 | 2    | 2    | 3    | 2    | 3    | 12 | 2    | 2    | 3    | 7   | 0 |
| 11 | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 12 | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 21 | 2    | 3    | 2    | 3    | 2    | 12 | 2    | 4    | 3    | 9   | 0 |
| 13 | 5    | 5    | 3    | 4    | 5    | 22 | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 3    | 4    | 12  | 1 |
| 14 | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 18 | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 18 | 3    | 4    | 3    | 10  | 1 |
| 15 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 16 | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 22 | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 17 | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 23 | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 21 | 4    | 4    | 4    | 12  | 1 |
| 18 | 4    | 5    | 3    | 4    | 5    | 21 | 2    | 4    | 3    | 3    | 2    | 14 | 3    | 2    | 3    | 8   | 0 |
| 19 | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 24 | 5    | 3    | 4    | 5    | 4    | 21 | 4    | 5    | 4    | 13  | 1 |
| 20 | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 | 4    | 4    | 4    | 12  | 1 |
| 21 | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 4    | 5    | 4    | 3    | 4    | 20 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 22 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 22 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 23 | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 23 | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 24 | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 23 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 25 | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 18 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 3    | 4    | 12  | 1 |
| 26 | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 27 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 28 | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24 | 5    | 5    | 4    | 14  | 1 |
| 29 | 2    | 3    | 2    | 2    | 2    | 11 | 3    | 2    | 4    | 2    | 3    | 14 | 3    | 2    | 2    | 7   | 0 |
| 30 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 22 | 4    | 4    | 4    | 12  | 1 |
| 31 | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 32 | 2    | 2    | 3    | 3    | 2    | 12 | 3    | 2    | 3    | 3    | 2    | 13 | 2    | 3    | 2    | 7   | 0 |
| 33 | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 22 | 3    | 5    | 5    | 13  | 1 |
| 34 | 2    | 3    | 3    | 2    | 2    | 12 | 2    | 3    | 2    | 2    | 2    | 11 | 3    | 2    | 3    | 8   | 1 |
| 35 | 4    | 3    | 5    | 3    | 4    | 19 | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 36 | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 37 | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 2    | 4    | 3    | 9   | 1 |
| 38 | 2    | 3    | 2    | 3    | 2    | 12 | 2    | 2    | 2    | 3    | 3    | 12 | 3    | 2    | 2    | 7   | 0 |
| 39 | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 22 | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 40 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 4    | 5    | 4    | 13  | 1 |
| 41 | 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 21 | 3    | 5    | 4    | 3    | 5    | 20 | 4    | 4    | 3    | 11  | 1 |
| 42 | 5    | 3    | 4    | 3    | 5    | 20 | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 18 | 5    | 4    | 3    | 12  | 1 |
| 43 | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 23 | 2    | 3    | 2    | 7   | 1 |
| 44 | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 22 | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 22 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 45 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 23 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 46 | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 18 | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 | 4    | 5    | 3    | 12  | 1 |
| 47 | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 24 | 5    | 3    | 4    | 12  | 1 |
| 48 | 3    | 5    | 4    | 3    | 4    | 19 | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 18 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 49 | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 23 | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 50 | 4    | 4    | 3    | 3    | 3    | 17 | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 | 4    | 3    | 4    | 11  | 1 |
| 51 | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 52 | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 17 | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 18 | 3    | 4    | 4    | 11  | 1 |
| 53 | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 22 | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 54 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 21 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 55 | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 17 | 4    | 5    | 3    | 5    | 4    | 21 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |

| No  | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1 | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2 | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X.3 | Y |
|-----|------|------|------|------|------|----|------|------|------|------|------|----|------|------|------|-----|---|
| 56  | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 20 | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 24 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 57  | 2    | 2    | 3    | 3    | 2    | 12 | 2    | 2    | 2    | 3    | 3    | 12 | 3    | 2    | 2    | 7   | 0 |
| 58  | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 59  | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 18 | 3    | 3    | 2    | 2    | 2    | 12 | 3    | 2    | 2    | 7   | 0 |
| 60  | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 61  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 22 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 62  | 3    | 2    | 2    | 2    | 3    | 12 | 3    | 3    | 2    | 2    | 2    | 12 | 2    | 3    | 3    | 8   | 1 |
| 63  | 5    | 5    | 3    | 4    | 5    | 22 | 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 17 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 64  | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 22 | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 4    | 14  | 1 |
| 65  | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 23 | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 66  | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 18 | 2    | 3    | 4    | 2    | 3    | 14 | 3    | 2    | 4    | 9   | 1 |
| 67  | 4    | 3    | 5    | 3    | 5    | 20 | 3    | 2    | 2    | 3    | 2    | 12 | 3    | 4    | 3    | 10  | 0 |
| 68  | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 69  | 2    | 5    | 4    | 3    | 4    | 18 | 5    | 4    | 2    | 3    | 3    | 17 | 3    | 4    | 3    | 10  | 1 |
| 70  | 5    | 3    | 4    | 4    | 5    | 21 | 2    | 3    | 2    | 3    | 2    | 12 | 4    | 3    | 2    | 9   | 0 |
| 71  | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 3    | 5    | 3    | 4    | 4    | 19 | 5    | 3    | 4    | 12  | 1 |
| 72  | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 4    | 3    | 4    | 21 | 4    | 5    | 4    | 13  | 1 |
| 73  | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 | 3    | 5    | 5    | 4    | 3    | 20 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 74  | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 21 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 75  | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 22 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 76  | 2    | 3    | 3    | 3    | 2    | 13 | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 22 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 77  | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 78  | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 18 | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 4    | 3    | 4    | 11  | 1 |
| 79  | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 4    | 4    | 4    | 12  | 1 |
| 80  | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 21 | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 22 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 81  | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 17 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 82  | 2    | 3    | 2    | 2    | 2    | 11 | 2    | 3    | 2    | 2    | 3    | 12 | 3    | 3    | 2    | 8   | 1 |
| 83  | 2    | 2    | 3    | 3    | 3    | 13 | 2    | 2    | 2    | 3    | 2    | 11 | 2    | 3    | 3    | 8   | 1 |
| 84  | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 23 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 85  | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 24 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 86  | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 23 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 87  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 16 | 4    | 3    | 4    | 11  | 1 |
| 88  | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 24 | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 89  | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 18 | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 17 | 4    | 3    | 3    | 10  | 1 |
| 90  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 | 5    | 4    | 4    | 13  | 1 |
| 91  | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 18 | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 22 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 92  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 5    | 5    | 5    | 15  | 1 |
| 93  | 3    | 2    | 2    | 2    | 3    | 12 | 3    | 2    | 3    | 2    | 3    | 13 | 2    | 2    | 3    | 7   | 0 |
| 94  | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 4    | 14  | 1 |
| 95  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 22 | 4    | 4    | 5    | 13  | 1 |
| 96  | 2    | 2    | 4    | 3    | 3    | 14 | 2    | 2    | 3    | 3    | 2    | 12 | 2    | 3    | 2    | 7   | 0 |
| 97  | 5    | 3    | 4    | 5    | 3    | 20 | 3    | 4    | 5    | 4    | 3    | 19 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 98  | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 | 4    | 5    | 5    | 14  | 1 |
| 99  | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |
| 100 | 4    | 4    | 3    | 3    | 3    | 17 | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 22 | 5    | 4    | 3    | 12  | 1 |
| 101 | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 | 5    | 5    | 4    | 14  | 1 |
| 102 | 2    | 3    | 2    | 2    | 3    | 12 | 2    | 2    | 3    | 3    | 2    | 12 | 2    | 2    | 3    | 7   | 0 |
| 103 | 3    | 3    | 4    | 5    | 4    | 19 | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 17 | 3    | 4    | 3    | 10  | 1 |
| 104 | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 23 | 5    | 4    | 5    | 14  | 1 |

**X1.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 12        | 11.5    | 11.5          | 11.5               |
|       | 3.00  | 10        | 9.6     | 9.6           | 21.2               |
|       | 4.00  | 33        | 31.7    | 31.7          | 52.9               |
|       | 5.00  | 49        | 47.1    | 47.1          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X1.2**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 8         | 7.7     | 7.7           | 7.7                |
|       | 3.00  | 18        | 17.3    | 17.3          | 25.0               |
|       | 4.00  | 43        | 41.3    | 41.3          | 66.3               |
|       | 5.00  | 35        | 33.7    | 33.7          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X1.3**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 7         | 6.7     | 6.7           | 6.7                |
|       | 3.00  | 20        | 19.2    | 19.2          | 26.0               |
|       | 4.00  | 33        | 31.7    | 31.7          | 57.7               |
|       | 5.00  | 44        | 42.3    | 42.3          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X1.4**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 7         | 6.7     | 6.7           | 6.7                |
|       | 3.00  | 22        | 21.2    | 21.2          | 27.9               |
|       | 4.00  | 39        | 37.5    | 37.5          | 65.4               |
|       | 5.00  | 36        | 34.6    | 34.6          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X1.5**



|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 10        | 9.6     | 9.6           | 9.6                |
|       | 3.00  | 15        | 14.4    | 14.4          | 24.0               |
|       | 4.00  | 38        | 36.5    | 36.5          | 60.6               |
|       | 5.00  | 41        | 39.4    | 39.4          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 14        | 13.5    | 13.5          | 13.5               |
|       | 3.00  | 17        | 16.3    | 16.3          | 29.8               |
|       | 4.00  | 32        | 30.8    | 30.8          | 60.6               |
|       | 5.00  | 41        | 39.4    | 39.4          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.2**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 11        | 10.6    | 10.6          | 10.6               |
|       | 3.00  | 13        | 12.5    | 12.5          | 23.1               |
|       | 4.00  | 31        | 29.8    | 29.8          | 52.9               |
|       | 5.00  | 49        | 47.1    | 47.1          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.3**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 13        | 12.5    | 12.5          | 12.5               |
|       | 3.00  | 14        | 13.5    | 13.5          | 26.0               |
|       | 4.00  | 39        | 37.5    | 37.5          | 63.5               |
|       | 5.00  | 38        | 36.5    | 36.5          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.4**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 9         | 8.7     | 8.7           | 8.7                |
|       | 3.00  | 20        | 19.2    | 19.2          | 27.9               |
|       | 4.00  | 40        | 38.5    | 38.5          | 66.3               |
|       | 5.00  | 35        | 33.7    | 33.7          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X2.5**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 12        | 11.5    | 11.5          | 11.5               |
|       | 3.00  | 18        | 17.3    | 17.3          | 28.8               |
|       | 4.00  | 40        | 38.5    | 38.5          | 67.3               |
|       | 5.00  | 34        | 32.7    | 32.7          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 10        | 9.6     | 9.6           | 9.6                |
|       | 3.00  | 16        | 15.4    | 15.4          | 25.0               |
|       | 4.00  | 42        | 40.4    | 40.4          | 65.4               |
|       | 5.00  | 36        | 34.6    | 34.6          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.2**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00  | 12        | 11.5    | 11.5          | 11.5               |
|       | 3.00  | 16        | 15.4    | 15.4          | 26.9               |
|       | 4.00  | 41        | 39.4    | 39.4          | 66.3               |
|       | 5.00  | 35        | 33.7    | 33.7          | 100.0              |
|       | Total | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

**X3.3**

|       |      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2.00 | 10        | 9.6     | 9.6           | 9.6                |

|       |     |       |       |       |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 3.00  | 20  | 19.2  | 19.2  | 28.8  |
| 4.00  | 30  | 28.8  | 28.8  | 57.7  |
| 5.00  | 44  | 42.3  | 42.3  | 100.0 |
| Total | 104 | 100.0 | 100.0 |       |

Y

|           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid .00 | 15        | 14.4    | 14.4          | 14.4               |
| 1.00      | 89        | 85.6    | 85.6          | 100.0              |
| Total     | 104       | 100.0   | 100.0         |                    |

#### Lampiran 4. Uji Validitas

##### Correlations

|  |      |      |      |      |      |    |
|--|------|------|------|------|------|----|
|  | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1 |
|--|------|------|------|------|------|----|

|      |                     |        |        |        |        |        |        |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1      | .624** | .610** | .642** | .730** | .872** |
|      | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X1.2 | Pearson Correlation | .624** | 1      | .431** | .597** | .654** | .790** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X1.3 | Pearson Correlation | .610** | .431** | 1      | .644** | .658** | .804** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X1.4 | Pearson Correlation | .642** | .597** | .644** | 1      | .562** | .824** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X1.5 | Pearson Correlation | .730** | .654** | .658** | .562** | 1      | .869** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X1   | Pearson Correlation | .872** | .790** | .804** | .824** | .869** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |

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

### Correlations

|                          | X2.1 | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2     |
|--------------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2.1 Pearson Correlation | 1    | .639** | .624** | .707** | .740** | .875** |

|      |                     |        |        |        |        |        |        |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|      | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X2.2 | Pearson Correlation | .639** | 1      | .618** | .611** | .679** | .835** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X2.3 | Pearson Correlation | .624** | .618** | 1      | .586** | .687** | .827** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X2.4 | Pearson Correlation | .707** | .611** | .586** | 1      | .650** | .831** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X2.5 | Pearson Correlation | .740** | .679** | .687** | .650** | 1      | .883** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X2   | Pearson Correlation | .875** | .835** | .827** | .831** | .883** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    | 104    |

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

### Correlations

|      |                     | X3.1   | X3.2   | X3.3   | X3     |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1      | .504** | .614** | .820** |
|      | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X3.2 | Pearson Correlation | .504** | 1      | .673** | .850** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X3.3 | Pearson Correlation | .614** | .673** | 1      | .895** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000   |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    |
| X3   | Pearson Correlation | .820** | .850** | .895** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        |
|      | N                   | 104    | 104    | 104    | 104    |

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

### Lampiran 5. Uji Reliabilitas

#### Case Processing Summary

|  | N | % |
|--|---|---|
|  |   |   |



|       |                       |     |       |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 104 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | 0.0   |
|       | Total                 | 104 | 100.0 |

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

**Reliability Statistics**

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .889             | 5          |

**Case Processing Summary**

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 104 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | 0.0   |
|       | Total                 | 104 | 100.0 |

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

**Reliability Statistics**

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .904             | 5          |

**Case Processing Summary**

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 104 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | 0.0   |
|       | Total                 | 104 | 100.0 |

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

**Reliability Statistics**

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .817             | 3          |

**Lampiran 6. Analisis Regresi Logistik**

**Case Processing Summary**

|                               |   |         |
|-------------------------------|---|---------|
| Unweighted Cases <sup>a</sup> | N | Percent |
|-------------------------------|---|---------|

|                  |                      |     |       |
|------------------|----------------------|-----|-------|
| Selected Cases   | Included in Analysis | 104 | 100.0 |
|                  | Missing Cases        | 0   | 0.0   |
|                  | Total                | 104 | 100.0 |
| Unselected Cases |                      | 0   | 0.0   |
| Total            |                      | 104 | 100.0 |

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

**Dependent Variable Encoding**

| Original Value | Internal Value |
|----------------|----------------|
| .00            | 0              |
| 1.00           | 1              |

**Block 0: Beginning Block**

**Iteration History<sup>a,b,c</sup>**

| Iteration |   | -2 Log likelihood | Coefficients |
|-----------|---|-------------------|--------------|
|           |   |                   | Constant     |
| Step 0    | 1 | 87.598            | 1.423        |
|           | 2 | 85.834            | 1.742        |
|           | 3 | 85.815            | 1.780        |
|           | 4 | 85.815            | 1.781        |

- a. Constant is included in the model.
- b. Initial -2 Log Likelihood: 85.815

**Classification Table<sup>a,b</sup>**

| Observed           |   | Y    | Predicted |      | Percentage Correct |
|--------------------|---|------|-----------|------|--------------------|
|                    |   |      | .00       | 1.00 |                    |
| Step 0             | Y | .00  | 0         | 15   | 0.0                |
|                    |   | 1.00 | 0         | 89   | 100.0              |
| Overall Percentage |   |      |           |      | 85.6               |

- a. Constant is included in the model.
- b. The cut value is .500

**Variables in the Equation**

|                 | B     | S.E. | Wald   | df | Sig. | Exp(B) |
|-----------------|-------|------|--------|----|------|--------|
| Step 0 Constant | 1.781 | .279 | 40.698 | 1  | .000 | 5.933  |

**Variables not in the Equation**

|        |                    |    | Score  | df | Sig. |
|--------|--------------------|----|--------|----|------|
| Step 0 | Variables          | X1 | 25.216 | 1  | .000 |
|        |                    | X2 | 52.549 | 1  | .000 |
|        |                    | X3 | 51.061 | 1  | .000 |
|        | Overall Statistics |    | 58.147 | 3  | .000 |

**Block 1: Method = Enter****Iteration History<sup>a,b,c,d</sup>**

| Iteration |    | -2 Log likelihood | Coefficients |       |       |       |
|-----------|----|-------------------|--------------|-------|-------|-------|
|           |    |                   | Constant     | X1    | X2    | X3    |
| Step 1    | 1  | 50.972            | -3.423       | -.063 | .162  | .242  |
|           | 2  | 33.288            | -5.313       | -.146 | .259  | .456  |
|           | 3  | 25.466            | -7.297       | -.241 | .358  | .709  |
|           | 4  | 21.247            | -9.888       | -.337 | .468  | 1.022 |
|           | 5  | 18.547            | -13.634      | -.446 | .605  | 1.462 |
|           | 6  | 16.763            | -19.160      | -.589 | .800  | 2.103 |
|           | 7  | 15.969            | -25.591      | -.762 | 1.038 | 2.839 |
|           | 8  | 15.856            | -29.170      | -.865 | 1.177 | 3.248 |
|           | 9  | 15.854            | -29.749      | -.883 | 1.200 | 3.315 |
|           | 10 | 15.854            | -29.762      | -.883 | 1.201 | 3.316 |
|           | 11 | 15.854            | -29.762      | -.883 | 1.201 | 3.316 |

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 85.815

d. Estimation terminated at iteration number 11 because parameter estimates changed by less than .001.

**Omnibus Tests of Model Coefficients**

|        |      | Chi-square | df | Sig. |
|--------|------|------------|----|------|
| Step 1 | Step | 69.961     | 3  | .000 |

|       |        |   |      |
|-------|--------|---|------|
| Block | 69.961 | 3 | .000 |
| Model | 69.961 | 3 | .000 |

**Model Summary**

| Step | -2 Log likelihood   | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|---------------------|----------------------|---------------------|
| 1    | 15.854 <sup>a</sup> | .490                 | .872                |

a. Estimation terminated at iteration number 11 because parameter estimates changed by less than .001.

**Hosmer and Lemeshow Test**

| Step | Chi-square | Df | Sig.  |
|------|------------|----|-------|
| 1    | .625       | 8  | 1.000 |

**Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test**

|        |    | Y = .00  |          | Y = 1.00 |          | Total |
|--------|----|----------|----------|----------|----------|-------|
|        |    | Observed | Expected | Observed | Expected |       |
| Step 1 | 1  | 10       | 9.608    | 0        | .392     | 10    |
|        | 2  | 5        | 5.193    | 5        | 4.807    | 10    |
|        | 3  | 0        | .198     | 10       | 9.802    | 10    |
|        | 4  | 0        | .000     | 10       | 10.000   | 10    |
|        | 5  | 0        | .000     | 11       | 11.000   | 11    |
|        | 6  | 0        | .000     | 10       | 10.000   | 10    |
|        | 7  | 0        | .000     | 9        | 9.000    | 9     |
|        | 8  | 0        | .000     | 12       | 12.000   | 12    |
|        | 9  | 0        | .000     | 11       | 11.000   | 11    |
|        | 10 | 0        | .000     | 11       | 11.000   | 11    |

**Classification Table<sup>a</sup>**

|          |   |      | Predicted |      |                    |
|----------|---|------|-----------|------|--------------------|
|          |   |      | Y         |      | Percentage Correct |
| Observed |   |      | .00       | 1.00 |                    |
| Step 1   | Y | .00  | 12        | 3    | 80.0               |
|          |   | 1.00 | 2         | 87   | 97.8               |

|                    |  |  |      |
|--------------------|--|--|------|
| Overall Percentage |  |  | 95.2 |
|--------------------|--|--|------|

a. The cut value is .500

#### Variables in the Equation

|                     |          | B       | S.E.   | Wald  | df | Sig. | Exp(B) |
|---------------------|----------|---------|--------|-------|----|------|--------|
| Step 1 <sup>a</sup> | X1       | .883    | .425   | 4.330 | 1  | .037 | .413   |
|                     | X2       | 1.201   | .536   | 5.022 | 1  | .025 | 3.323  |
|                     | X3       | 3.316   | 1.512  | 4.809 | 1  | .028 | 27.550 |
|                     | Constant | -29.762 | 13.035 | 5.213 | 1  | .022 | .000   |

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3.

#### Lampiran 7. 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 |