

Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi

(The Analysis Of Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction In Mahkota Plengkung's Hotel And Restaurant Banyuwangi)

Rangga Satriya Putra Perdana, Bambang Irawan, Ketut Indraningrat
Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
Ranggasatriya31@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang signifikan pada variabel dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dan penelitian konfirmatori dengan menggunakan analisis data yaitu regresi berganda pendekatan konfirmatori. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung yang telah mendapatkan kualitas jasa yang ada di Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah 120 responden. Variabel bebas terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepuasan konsumen

Abstrak

This study aims to analyze a significant effect on the variable dimensions of service quality on customer satisfaction. The method used is explanatory research and confirmatory studies using multiple regression analysis of the data are confirmatory approaches. The population of this study was the visitors who had mendapatkan quality services at the Crown Hotel and Restaurant Plengkung Banyuwangi. The number of samples taken from the study of 120 respondents. The independent variables consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy while the dependent variable in this study is customer satisfaction. The results of this study indicate that the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction.

Keyword: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and customer satisfaction

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar didunia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang berlimpah. Banyak keindahan alam yang dapat kita jumpai di berbagai wilayahnya. Tidak heran kalau saat ini pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi terbesar yang menambah devisa negara. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan pelayanan yang berbeda dari biasanya di suatu tempat yang bertujuan untuk mencari kepuasan. Hal itu didukung oleh pernyataan Wahab dalam Yoeti (1994, 116) yang menjelaskan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Secara alami, didunia kepariwisataan terdapat beberapa unsur pokok dalam produk yang ditawarkan dari upaya pengembangan kepariwisataan. Menurut Spillane, (1994:63-72) untuk dapat mengembangkan suatu kawasan menjadi kawasan pariwisata termasuk juga agrowisata ada lima unsur yang harus dipenuhi, unsur- unsur tersebut yakni:

1. (*Attractions*) atraksi adalah sebuah daya tarik yang harus dimiliki oleh suatu tempat tujuan wisata guna memuaskan dan memenuhi permintaan pengunjung.
2. (*Facilities*) fasilitas adalah suatu sarana yang disediakan untuk para pengunjung guna memberi kemudahan pengunjung untuk melakukan aktifitasnya. fasilitas yang diperlukan untuk mengembangkan kawasan pariwisata mungkin penambahan sarana umum, telekomunikasi, hotel dan restoran.
3. (*Infrastructure*) Infrastruktur yang sangat penting dalam dunia pariwisata adalah Sistem pengairan, Jaringan komunikasi, fasilitas kesehatan, terminal pengangkutan, sumber listrik dan energi, system pembuangan kotoran/pembuangan air, jalan raya dan system keamanan.
4. (*Transportation*) transportasi yang dimaksud adalah bukan hanya penyediaan angkutan umum tetapi juga penyediaan terminal, sistem keamanan penumpang agar terhindar dari kriminalitas, sistem informasi perjalanan, tenaga kerja guna membantu para penumpang,

kepastian tarif angkutan, dan juga penyediaan peta kota/objek wisata.

5. (*Hospitality*) keramah-tamahan masyarakat sekitar objek wisata sangat penting bagi para pengunjung karena hal itu akan menjadi nilai tambah di mata para wisatawan.

Kelima unsur- unsur ini sangat berkaitan satu sama lain dalam kepariwisataan guna memikat pengunjung untuk datang. Pada dasarnya mengukur kualitas jasa adalah sama dengan mengevaluasi kinerja suatu layanan jasa dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kualitas jasa harus mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler 2008). Kinerja layanan jasa itu sendiri dipengaruhi oleh fasilitas yang memadai yang ada di suatu perusahaan tersebut. Sedangkan standar yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai acuan dalam penerapan dan implementasi ketika suatu layanan jasa diberikan kepada konsumen. Permintaan konsumen yang beragam dan bervariasi memiliki tuntutan sendiri kepada perusahaan sehingga perusahaan dituntut memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen karena kepuasan tercipta ketika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kenyataan terhadap kinerja dan hasil suatu produk dengan berbagai harapan yang diinginkan (Kotler, 2008 :42). Ketika harapan dari konsumen sesuai dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan, maka disanalah letak dari kepuasan konsumen itu sendiri. Tingkatan kepuasan konsumen dapat terjadi dengan membandingkan harapan dan kenyataannya. Jika kinerja melebihi dari harapan atau kenyataannya maka konsumen sangat puas, jika kinerja hanya memenuhi harapan saja maka bisa dikatakan konsumen puas. Terjadi sebaliknya ketika kinerja dibawa dari harapannya, maka konsumen tidak merasa puas. Implikasi dari kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen yaitu semakin baik kualitas yang diberikan dan diterima oleh konsumen semakin baik dan puas persepsi konsumen terhadap jasa yang diberikan.

Penyediaan sarana dan prasarana salah satunya adalah dengan pengembangan hotel – hotel dan penginapan di daerah yang berdekatan dengan objek wisata. Dalam hal ini fungsi hotel bukan hanya untuk menampung para wisatawan tetapi juga sebagai usaha komersial yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi dan penyediaan fasilitas penginapan hotel. Bukan hanya itu, dalam usaha dan pengembangan tempat penginapan harus mempertimbangkan bagaimana cara untuk membuat para wisatawan merasa nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan. Dengan adanya kualitas jasa yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama (Tjiptono, 2004:145). Sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas maka mereka juga akan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain dan perusahaan akan mendapat kerugian akibat gagal dalam memuaskan pelanggannya.

Usaha dalam bidang perhotelan ini memiliki banyak keunggulan, yakni memberikan keuntungan bagi pengelola, memberi sumbangan kepada pemerintah, dan juga memberikan kepuasan kepada pengunjung.

Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung adalah salah satu hotel yang terletak di Kabupaten Banyuwangi, tepatnya 10 km dari kota Banyuwangi. Hotel ini menjadi objek dalam

penelitian karena hotel ini dianggap lebih memikat pelanggan untuk menggunakan jasanya. Hotel ini juga menunjukkan progres pengunjung yang datang tiap tahun selalu meningkat. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya tamu- tamu yang berasal dari jajaran pemerintah daerah, artis ibukota yang rata- rata menggunakan jasa Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung tersebut, dan juga para wisatawan lokal dan mancanegara.

Hotel yang berdiri pada tahun 2011 ini haruslah lebih memiliki inovasi- inovasi baru yang dapat menarik minat pengunjung karena mengingat persaingan yang saat ini terjadi dalam usaha perhotelan. Apalagi hotel ini bersandingan dengan beberapa hotel yang tidak kalah bagusnya dan memiliki fasilitas yang bagus, seperti hotel Berlian Abadi, hotel Mirah, hotel Ketapang Indah, dan hotel Manyar. Oleh karena itu, masing- masing hotel harus memiliki keunggulan guna menarik minat pengunjung. Salah satu kunci kepuasan pengunjung adalah kualitas jasa yang diberikan pada suatu perusahaan itu sendiri. Hal inilah yang mendorong penulis untuk dapat mengetahui lebih dalam lagi tentang kepuasan konsumen setelah menerima pelayanan dalam hotel ini.

Pada dasarnya, bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa penginapan, kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting yang menentukan keberhasilan dan berkembangnya perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta untuk dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis, penulis mengharapkan penelitian ini membuat Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung akan selalu menjaga pelayanan yang baik untuk dapat memuaskan para konsumennya, sehingga hotel ini dapat tetap bersaing dalam pasar.

Hotel yang dilengkapi dengan fasilitas restoran ini tentunya dapat lebih memudahkan pengunjung untuk memenuhi kebutuhan pokoknya yaitu makan, sehingga pengunjung tidak perlu susah mencari tempat makan ditempat lain. Namun dalam penelitian ini penulis fokus pada dimensi kualitas jasa serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen khusus pada hotelnya saja, tidak pada restorannya yang merupakan salah satu fasilitas dari hotel ini. Adapun hal yang menentukan kualitas jasa menurut Zeithaml et al (dalam Umar, 2002:38) adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang seluruhnya akan dibahas dalam penelitian ini.

Sesuai dengan uraian tersebut, maka penelitian ini akan diberi judul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.”

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi adalah dengan menggunakan metode penelitian explanatory research dan confirmatory research. Penelitian eksplanatori yaitu penelitian melalui pengujian hipotesis pada data yang sama guna menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel. Penelitian konfirmatori bertujuan untuk mengkonfirmasi teori.

Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur dengan menggunakan skala numerik (angka). Data pada penelitian ini adalah data ordinal.

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berdasarkan dari isi kuisioner responden.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. dari penelitian terdahulu, internet, buku, dan sumber- sumber yang memiliki keterkaitan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Pelanggan Hotel Dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi. Karena populasi terlalu banyak, maka akan sulit jika penelitian ini menggunakan populasi, maka peneliti menggunakan sampel. Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2001:66). Ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 120 responden. Menurut Ferdinand (2002:51) menyatakan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20, maka dikalikan 6 hasilnya adalah 120.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini tahapan pertama yaitu pengumpulan data dan selanjutnya melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Kemudian jika data dapat dikatakan valid dan reliabel, maka dilanjutkan dengan uji asumsi regresi berganda pendekatan konfirmatori.

Uji validitas data

Suatu alat ukur yang *valid* mampu mengungkapkan data dengan tepat dan memberikan gambaran yang cermat mengenai data. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*) pada masing-masing variabel. Indikator-indikator dari suatu variabel dikatakan *valid* jika mempunyai *loading factor* signifikan pada ($\lambda = 5\%$). *Instrument* tersebut valid jika mempunyai unidimensional jika mempunyai nilai *goodness of fit index* (GFI) > 0.90.

Uji reliabilitas

Instrument reliable apabila alat ukur tersebut memperoleh hasil-hasil yang konsisten. Dengan demikian instrumen ini dapat dipakai dengan aman karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda dan kondisi yang berbeda. Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang diterima adalah 0.70.

Uji Asumsi Regresi Berganda Pendekatan Konfirmatori

Selain dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada setiap variabel, penelitian ini juga melakukan uji asumsi yang terdiri dari: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji outliers yang diproses dengan menggunakan program AMOS.

Analisis Regresi Berganda Pendekatan Konfirmatori

Analisis data dilakukan dengan melalui kegiatan :

- Mengelompokkan data sejenis dalam suatu tabel (tabulasi)
- Menganalisis data dengan melakukan perhitungan-perhitungan menurut metode penelitian kuantitatif dengan tehnik analisis yang akan digunakan adalah Analisis berganda pendekatan konfirmatori dengan menggunakan program software AMOS 5.0

Persamaan yang dihasilkan adalah persamaan structural model, karena tujuan ini adalah ingin mengetahui hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti. Persamaan struktural dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Sumber : (J. Suprpto 2003:39)

Keterangan :

Y	: Kepuasan Konsumen
α	: Bilangan Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	: Koefisien pada regresi
X ₁	: Bukti Fisik (Tangibles)
X ₂	: Keandalan (Realibility)
X ₃	: Daya Tanggap (Responsiveness)
X ₄	: Jaminan (Assurance)
X ₅	: Empati (Empathy)

Hasil Penelitian

Deskripsi Variabel Penelitian

Responden dalam penelitian adalah pelanggan Hotel Dan Restoran Mahkota plengkung Banyuwangi. Berdasarkan data dari 120 responden yang telah diperoleh melalui pembagian kuisioner, sehingga di dapatkan data mengenai jenis kelamin pelanggan, berapa kali menyewa, umur pelanggan, dan pekerjaan pelanggan yang melakukan transaksi di Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.

Adapun hasil distribusi responden mengenai analisis pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung Banyuwangi.

Dari total 120 responden sebagian besar memiliki penilaian atas bukti fisik pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang tinggi (baik) terhadap bukti fisik hotel dan restoran mahkota plengkung banyuwangi.

Dari total 120 responden sebagian besar memiliki penilaian atas bukti fisik pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang tinggi (baik) terhadap keandalan hotel dan restoran mahkota plengkung banyuwangi

Dari total 120 responden sebagian besar memiliki penilaian atas daya tanggap pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang tinggi (baik) terhadap daya tanggap hotel dan restoran mahkota plengkung banyuwangi

Dari total 120 responden sebagian besar memiliki penilaian atas jaminan pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang tinggi (baik) terhadap jaminan hotel dan restoran mahkota plengkung banyuwangi

Dari total 120 responden sebagian besar memiliki penilaian atas empati pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang tinggi (baik) terhadap empati hotel dan restoran mahkota plengkung banyuwangi

Berdasarkan Penilaian Responden Kepuasan Konsumen (Y) dari total 120 responden sebagian besar memiliki penilaian atas kepuasan konsumen pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi nilai yang tinggi (baik) terhadap kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung banyuwangi.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Bukti Fisik (X1)

Semua indikator bukti fisik secara signifikan berhubungan dengan konstruk bukti fisik (semua indikator valid). *Construct* bukti fisik sebesar 0,89283 berada di atas nilai yang direkomendasikan 0,60. Dengan demikian semua indikator bukti fisik *reliable*.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keandalan (X2)

Semua indikator keandalan secara signifikan berhubungan dengan konstruk keandalan (semua indikator valid). *Construct* keandalan sebesar 0,8184 berada di atas nilai yang direkomendasikan 0,60. Dengan demikian semua indikator keandalan *reliable*.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Daya Tanggap (X3)

Semua indikator daya tanggap secara signifikan berhubungan dengan konstruk daya tanggap (semua indikator valid). *Construct* daya tanggap sebesar 0,83313 berada di atas nilai yang direkomendasikan 0,60. Dengan demikian semua indikator daya tanggap *reliable*.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Jaminan (X4)

Semua indikator jaminan secara signifikan berhubungan dengan konstruk jaminana (semua indikator valid). *Construct* jaminan sebesar 0,95522 berada di atas nilai yang direkomendasikan 0,60. Dengan demikian semua indikator jaminan *reliable*.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Empati (X5)

Semua indikator empati secara signifikan berhubungan dengan konstruk empati (semua indikator valid). *Construct* empati sebesar 0,64198 berada di atas nilai yang direkomendasikan 0,60. Dengan demikian semua indikator empati *reliable*.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk kepuasan Konsumen (Y)

Semua indikator kepuasan konsumen secara signifikan berhubungan dengan konstruk kepuasan (semua indikator valid). *Construct* kepuasan konsumen sebesar 0,87919 berada di atas nilai yang direkomendasikan 0,60. Dengan demikian semua indikator kepuasan konsumen *reliable*.

Uji Asumsi Regresi Berganda Pendekatan Konfirmatori

Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai statistik z untuk *skewness* dan kurtosisnya dan secara empirik dapat dilihat dari *Critical Ratio (CR)*. Jika digunakan tingkat signifikansi 5%, maka nilai CR yang berada diantara -1,96 sampai dengan 1,96 ($-1,96 \leq CR \leq 1,96$) dikatakan data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun multivariat (Ghozali, 2005:128). Hasil pengujian normalitas atau *assessment of normality (CR)* memberikan nilai CR sebesar 1,348 terletak diantara $-1,96 \leq CR \leq 1,96$ ($\alpha=0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa data multivariat normal. Selain itu data juga univariat normal ditunjukkan oleh semua nilai *critical ratio* indikator semua indikator terletak antara $-1,96 \leq CR \leq 1,96$.

Uji Multikolinieritas

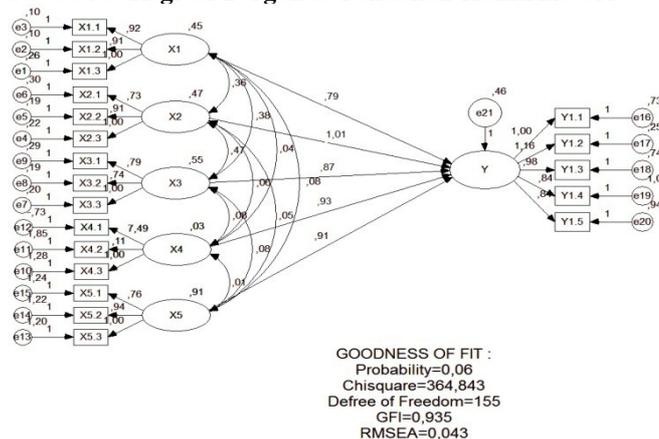
Uji multikolinieritas dapat dilihat melalui determinan matrik kovarians. Nilai determinan yang sangat kecil atau mendekati nol, menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolinieritas atau singularitas, sehingga data itu tidak dapat digunakan untuk pengujian penelitian (Tabachnick and Fidell, 1998 dalam Ghozali, 2005:131). Hasil pengujian multikolinieritas didapatkan nilai 1,87. Nilai ini jauh dari angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dan singularitas pada data yang dianalisis.

Uji Outliers

Outlier adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun secara multivariat yaitu muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Apabila terjadi *outlier* dapat dilakukan perlakuan khusus pada *outlier*-nya asal diketahui bagaimana munculnya *outlier* tersebut. Deteksi terhadap *multivariate outlier* dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*. Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi Square* pada derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar jumlah variabel indikator pada tingkat signifikansi $p < 0,05$ (Ghozali, 2005:130).

Hasil uji *outlier* nampak pada *Mahalanobis distance* atau *Mahalanobis dsquared*. Untuk menghitung nilai *Mahalanobis distance* berdasarkan nilai *Chi square* pada derajat bebas 20 (jumlah variabel indikator) pada tingkat $p < 0,05$ adalah sebesar 54,236 (Tabel df). Jadi data yang memiliki jarak *Mahalanobis distance* lebih besar dari 54,236 adalah *multivariate outlier*. Hasil uji *outlier* disajikan pada Lampiran 4.

Structural Regresi Berganda Pendekatan Konfirmatori



Gambar 1. Hasil Diagram Jalur

Sumber: Uji output AMOS

Uji Kesesuaian Model (Goodness of fit test)

Dari delapan kriteria yang digunakan untuk menilai baik atau layak tidaknya suatu model ternyata delapan kriteria dalam penelitian ini terpenuhi. Dengan demikian dapat dikatakan model dapat diterima, yang berarti ada kesesuaian antara model dengan data

Uji Kausalitas

Langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas hipotesis yang dikembangkan dalam model tersebut. Hasil pengujian koefisien jalur disajikan dalam Tabel 12. Dan dari model yang sesuai, maka dapat diimplementasikan masing-masing koefisien jalur.

Tabel 1. Hasil Pengujian Kausalitas

Hipotesis	Koefisien Jalur	CR	Probabilitas	Keterangan
X1→Y	0,787	3,764	***	Signifikan
X2→Y	0,874	4,678	***	Signifikan
X3→Y	1,012	2,064	***	Signifikan
X4→Y	0,930	3,125	***	Signifikan
X5→Y	0,910	4,831	***	Signifikan

Sumber: Lampiran 4

Pembahasan

Pengaruh Bukti Fisik (*Tangibles*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 1) menunjukkan Bukti fisik (X1) merupakan variabel laten yang diukur dengan tiga indikator yaitu Fasilitas fisik (X1.1), Kebersihan (X1.2), Penampilan Karyawan (X1.3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika bukti fisik semakin baik maka semakin baik pula kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung Banyuwangi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Rizka Dwi H (2006), pengaruh kualitas jasa wisata pantai Tanjung Papuma secara bersama-sama dan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang digunakan antara lain adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Alat untuk menganalisis penelitian ini adalah regresi logistic. Hasil penelitian tersebut adalah variabel bukti fisik sangat berpengaruh secara signifikan atau dengan kata lain memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen wisata pantai Tanjung Papuma.

Pengaruh Bukti Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 1) menunjukkan Keandalan (X2) merupakan variabel laten yang diukur dengan tiga indikator yaitu Mampu memberikan pelayanan sesuai dengan promosi yang telah dijanjikan dan ditawarkan dengan cepat dan tepat (X2.1), Karyawan memiliki keahlian yang dapat diandalkan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen (X2.2), Mampu memberikan informasi yang baik dan benar serta dilakukan dengan ramah, sopan dan santun (X2.3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika keandalan semakin baik maka semakin baik pula kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung Banyuwangi

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Sudirman (2008), Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa pada CV Luna Tour & Organizer terhadap para konsumen. Variabel yang digunakan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Analisis yang digunakan adalah metode regresi logistik. Hasil penelitian adalah variabel-variabel dimensi kualitas jasa berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Bukti Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 1) menunjukkan Daya tanggap (X3) merupakan variabel laten yang diukur dengan tiga indikator yaitu Karyawan memiliki sikap sigap yang dapat melayani para konsumen dengan cepat dan tepat sesuai apa yang diinginkan oleh konsumen (X3.1), Dapat menerima saran dan kritik dari konsumen (X3.2), Karyawan memberikan pelayanan yang efisien dan dapat membantu konsumen dalam kesulitan yang berkaitan dengan pelayanan jasa di Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung (X3.3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika daya tanggap semakin baik maka semakin baik pula kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung Banyuwangi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Edy Mulyanto (2010), Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Ajisaka Motor Kudus. Variabel yang digunakan adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda sebagai alat untuk menganalisis. Hasil pada penelitian tersebut adalah variabel bukti fisik memberikan pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Ajisaka Motor dibandingkan dengan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Namun kelimanya sangat memberikan pengaruh positif.

Pengaruh Bukti Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 1) menunjukkan Jaminan (X4) merupakan variabel laten yang diukur dengan tiga indikator yaitu Karyawan mampu menciptakan rasa percaya dan yakin atas jasa yang akan diberikan kepada konsumen dengan menggunakan kemampuan dan pengetahuannya (X4.1), Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dapat memunculkan rasa nyaman bagi konsumen (X4.2), Adanya ganti rugi jika terjadi kesalahan yang disebabkan oleh pihak perusahaan (X4.3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika jaminan semakin baik maka semakin baik pula kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung Banyuwangi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Rio Prakoso Dwi Adiwinata (2012), Tujuan penelitian tersebut adalah guna untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa pada Auto Care Araya terhadap para pelanggannya. Variabel yang digunakan adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis. Hasil penelitian tersebut adalah variabel kehandalan adalah variabel yang pengaruhnya lebih besar dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 1) menunjukkan Empati (X5) merupakan variabel laten yang diukur dengan tiga indikator yaitu Karyawan mampu menjalin komunikasi yang baik terhadap para konsumen (X5.1), Karyawan memiliki kesopanan dalam memberikan pelayanan jasa yang diinginkan konsumen (X5.2), Mampu memahami segala keinginan dan kebutuhan para konsumen (X5.3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika empati semakin baik maka semakin

baik pula kepuasan konsumen hotel dan restoran mahkota plengkung Banyuwangi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Sudirman (2008), Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa pada CV Luna Tour & Organizer terhadap para konsumen. Variabel yang digunakan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Analisis yang digunakan adalah metode regresi logistik. Hasil penelitian adalah variabel-variabel dimensi kualitas jasa berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan dan Keterbatasan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel dan restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.

Keandalan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.

Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.

Jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.

Empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel dan Restoran Mahkota Plengkung Banyuwangi.

Konsumen juga merasakan puas atas kualitas jasa yang di peroleh di Hotel dan Restoran Mahkota plengkung Banyuwangi..

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan masalah dalam teknik pengambilan sampel, dimana peneliti tidak memperhitungkan lamanya konsumen menyewa kamar. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pelanggan Hotel dan Restoran mahkota Plengkung Banyuwangi yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan semua pihak yang telah berpartisipasi dalam pembuatan karya ilmiah ini.

Daftar Pustaka

Ferdinand, Agusty. 2002. **Stuctual Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen**. Edisi 2. Semarang: BP Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang ; Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip. 2008. **Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi,dan Kontro Jilid 2**. Jakarta: Prehalindo.

Mohammad, Dimyari 2009. **Analisis SEM dalam Uji Pengaruh Beberapa Variabel Terhadap Loyalitas Kajian Berbasis Riset pada Debitur Kredit Usaha Kecil Edisi Pertama**. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sugiyono, (2008), **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D**, Penerbit Alfabeta, Bandung.