

# Bab 1

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini telah memasuki era industrialisasi, industri pariwisata merupakan peluang yang berharga yang tidak dapat dilepas begitu saja.. Industri pariwisata di Indonesia telah menjadi industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang semakin cerah di masa mendatang untuk memperkokoh pembangunan nasional.

Saat ini industri pariwisata di Indonesia mengalami keadaan yang turun naik dari tahun ketahun, demikian juga dengan industri pariwisata di kota Bandung. Hal ini dikarenakan keadaan yang tidak kondusif di Indonesia belakangan ini, seperti demo-demo besar dan teror bom yang sering terjadi di Indonesia. Pemerintah luar negeri pernah mengeluarkan himbuan untuk tidak berkunjung ke Indonesia saat terjadinya bom di Bali, tetapi para turis tetap datang ke Indonesia, meskipun jumlahnya berkurang dari sebelum terjadinya peristiwa bom, hal ini menunjukkan industri pariwisata di Indonesia begitu menarik bagi para turis. Hal ini dapat terlihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 1.1

Jumlah Tamu Asing di Hotel yang diklasifikasikan Oleh Propinsi, Indonesia 1999-2003  
( Dalam Ribuan )

Province	1999	2000	2001	2002	2003
Nanggroe Aceh Darussalam	3.7	1.1	1.3	1.7	0.5
North Sumatera	83.5	94.8	103.3	107.0	84.9
West Sumatera	14.5	19.7	18.6	13.3	10.8
R i a u	629.7	569.0	595.1	627.0	637.2
J a m b i	6.5	2.9	1.3	1.6	2.2
South Sumatera	6.3	6.1	4.6	3.6	7.7
Bengkulu	0.5	0.5	0.4	0.3	0.1
Lampung	5.6	4.4	8.1	4.8	3.3
Kep. Bangka Belitung	-	-	-	0.3	0.2
DKI Jakarta	781.4	591.7	653.5	722.3	625.8
West Java	624.6	154.4	162.7	92.9	81.0
Central Java	133.4	43.8	42.9	51.4	42.1
DI Yogyakarta	82.7	82.7	77.3	91.5	61.9
East Java	199.4	126.1	125.4	132.6	135.1
B a n t e n	-	-	-	165.4	120.8
B a l i	1,380.8	1,489.0	1,406.7	1,218.1	1,033.8
West Nusa Tenggara	88.1	51.1	63.3	57.0	29.3
East Nusa Tenggara	3.1	2.7	1.9	1.9	1.5

West Kalimantan	15.4	14.0	9.7	8.9	6.9
Central Kalimantan	0.2	0.2	0.2	0.5	0.2
South Kalimantan	6.1	13.0	7.6	4.4	4.4
East Kalimantan	27.5	26.4	24.3	22.8	26.8
North Sulawesi	4.3	13.0	11.7	11.2	8.9
Central Sulawesi	0.9	0.7	0.7	0.4	0.4
South Sulawesi	32.5	30.3	28.5	23.1	20.8
South East Sulawesi	0.2	0.6	0.5	0.4	0.1
Gorontalo	-	-	-	-	-
Maluku	1.2	1.3	1.6	1.2	0.8
Maluku Utara	-	-	-	0.0	-
Papua	18.6	13.8	14.8	11.9	8.0
Indonesia	4,150.7	3,353.1	3,366.0	3,377.5	2,955.5

Sumber : [www.BPS.GOV.ID](http://www.BPS.GOV.ID)

Dilihat dari kecendrungan data-data di atas yang semakin menurun dari tahun ketahun hal ini di sebabkan keadaan di Indonesia yang kurang kondusif dari tahun ketahun, oleh karena itu untuk menjaga dan meningkatkan industri pariwisata kita agar semakin baik dan berkembang, maka kita harus menjaga keamanan di Indonesia.

**Tabel 1.2**

Rata-Rata Tingkat Huni Kamar di Hotel-Hotel yang diklasifikasikan di Sepuluh Tujuan Utama Propinsi Pariwisata

2004

Province	Year 2004					
	April	May	June	July	August	September
North Sumatera	29.51	35.72	33.38	36.95	39.92	35.84
West Sumatera	36.02	35.01	48.35	53.83	45.06	47.61
DKI Jakarta	50.99	52.65	54.29	53.38	51.85	54.40
West Java	30.96	37.18	39.04	45.76	36.40	39.64
Central Java	30.82	39.71	39.69	42.39	42.74	39.71
DI Yogyakarta	43.50	50.14	57.34	54.61	50.98	45.01
East Java	36.88	35.56	48.01	43.65	48.22	44.78
Bali	52.46	51.01	52.41	53.12	53.78	56.66
North Sulawesi	37.50	55.20	50.03	61.09	55.55	57.21

South Sulawesi	23.50	32.16	31.84	34.17	33.81	30.08
Total	43.56	45.93	47.44	49.21	48.18	48.67

Sumber : [www.BPS.GOV.ID](http://www.BPS.GOV.ID)

Dari naik turunnya data-data di atas, terlihat bagaimana tingkat hunian kamar terpengaruh dari keamanan situasi yang terjadi saat itu. Oleh karena itu maka kita harus meningkatkan keamanan di Indonesia agar industri pariwisata di Indonesia semakin maju.

Berbagai kebijakan-kebijakan pemerintah telah dilaksanakan. Dalam waktu yang relatif singkat, pemerintah telah melakukan berbagai kemudahan, baik dalam penanaman modal, perbaikan sarana maupun prasarana di berbagai sektor industri pariwisata. Kemudahan di sektor industri pariwisata antara lain adalah kemudahan dalam perijinan mendirikan dan membangun sarana-sarana yang mendukung berkembangnya sektor pariwisata seperti izin mendirikan dan membangun hotel, kemudahan membuka daerah-daerah pariwisata baru, sehingga minat penanam modal dalam sektor pariwisata di Indonesia semakin meningkat.

Selain itu pemerintah juga menyediakan sejumlah besar dana untuk membantu memperluas dan memperbaiki sarana dan prasarana di sektor pariwisata, seperti dalam hal membuka jalan yang menghubungkan daerah wisata. Industri pariwisata ada yang dikelola oleh pemerintah, swasta, kerjasama antara pemerintah dan swasta, serta asing.

Aspek pelayanan memang tidak selalu di anggap penting, apalagi pada perusahaan-perusahaan yang produksinya tidak langsung berhubungan dengan konsumen. Namun akhirnya pelayanan prima yang diwujudkan oleh kepuasan konsumen akan menentukan keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu untuk mengantisipasi ketatnya persaingan yang terjadi di masa yang akan datang, maka perlu dilakukan pengidentifikasian dan penyesuaian strategi pemasaran yang telah ada untuk menjamin keberhasilan perusahaan, yang berkenaan dengan pelayanan konsumen.

Perusahaan yang bersangkutan harus dapat menetapkan suatu sistem pelayanan yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen yang pada akhirnya nanti tercipta suatu kepuasan konsumen.

Masing-masing hotel menempuh cara-cara tersendiri dalam memasarkan produknya, sehingga berbeda satu dengan yang lainnya. Produk yang ditawarkan hotel berupa fasilitas dan mutu pelayanan serta harga bersaing belumlah cukup maksimal untuk menarik konsumen. Oleh sebab itu berbagai usaha yang maksimal perlu dilaksanakan dalam mempertahankan kualitas pelayanan yang sesuai dengan tarif yang akan dibebankan sehingga konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting, konsumen yang merasa puas cenderung akan menceritakan pengalamannya menginap di hotel yang mereka huni dan pelayanan-pelayanannya yang memuaskan kepada para kenalan mereka, selain itu juga

konsumen yang merasa puas cenderung untuk akan selalu kembali menggunakan jasa hotel tersebut.

Kota Bandung memiliki beberapa daya tarik bagi para wisatawan, di antaranya memiliki banyak tempat wisata dengan pemandangan yang indah dan udara yang sejuk, seperti Gunung Tangkuban Perahu, Ciater, Kawah Putih, Situ Patenggang, dan sebagainya. Selain itu Bandung juga terkenal sebagai kota belanja, hal ini dapat dilihat dari banyaknya *factory outlet* yang menjual pakaian dengan harga yang murah, tetapi dengan mutu yang baik.

Di lihat dari pentingnya tingkat kepuasan konsumen bagi kelangsungan hidup hotel, maka penulis tertarik untuk untuk mengadakan penelitian dengan judul “Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Hotel Mutiara Bandung”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan yang dilakukan Hotel Mutiara Bandung?
2. Berapa besar hubungan pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Bandung?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan yang dilakukan Hotel Mutiara Bandung.
2. Untuk menguji besarnya hubungan pelayanan dan kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Bandung.

## 1.4. Kegunaan Penelitian

### 1.4.1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, yang berguna untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dan terlebih lagi bagi pengembangan ilmu pemasaran yang di dapat oleh penulis selama kuliah.

### 1.4.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dalam melakukan penelitian ini adalah penulis mengharapkan tulisan ini dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pencapaian hasil yang lebih optimal lagi di masa yang akan datang.

## 1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Pengertian jasa menurut Phillip Kotler (2000;428), adalah :

“ Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dihubungkan atau tidak dihubungkan pada suatu produk fisik”

Apabila dikaitkan dengan pengertian “Lima Tingkat Produk” dari Phillip Kotler(2000;394-395), maka produk(jasa) terdiri dari :

1. Manfaat utama, yaitu jasa atau manfaat pokok yang sebetulnya di beli oleh pelanggan. Seorang tamu hotel membeli “istirahat dan tidur”, dalam hal ini pemasar harus memandang diri sendiri sebagai pemberi manfaat.
2. Produk generik, yaitu pemasar harus mengubah manfaat inti menjadi produk dasar. Jadi sebuah kamar hotel mencakup tempat tidur, kamar mandi, handuk, meja tulis, meja rias & lemari pakaian.
3. Produk yang di harapkan, yaitu seperangkat atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pembeli ketika mereka membeli jasa tersebut, misalnya tamu hotel dapat mengharapkan tempat tidur yang bersih, handuk bersih, lampu baca, ac & ketenangan.
4. Produk tambahan, yaitu pelayanan atau manfaat tambahan dari jasa tersebut, tetapi pada masa yang akan datang produk yang di sempurnakan ini, dapat menjadi produk baru yang diharapkan dan dapat memenuhi keinginan pelanggan melampaui harapan mereka. Suatu hotel dapat meningkatkan produknya dengan menyertakan 1 set TV dengan kendali jarak jauh, bunga segar, *check-in*, *check-out* segera, makanan dan pelayanan kamar yang baik, dan sebagainya
5. Produk potensial, yaitu mencakup semua peningkatan dan transformasi yang akhirnya akan di alami oleh jasa tersebut di masa yang akan datang. Jika produk yang ditingkatkan menggambarkan apa yang termasuk dalam produk tersebut saat ini, di sinilah perusahaan-perusahaan secara agresif mencari berbagai cara baru untuk memuaskan pelanggan dan membedakan penawarannya.

Dalam penelitian ini digunakan pengertian mutu dilihat disudut pandang pemakai jasa(Pelanggan) dan penghasil jasa(Hotel). Pengertian mutu menurut Phillip Kotler, (2000;57). Pengertian mutu adalah :

“Keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun yang tersirat”

Tindakan yang dilakukan oleh perhotelan untuk membedakan dari pesaingnya adalah dengan memberikan secara konsisten pelayanan yang lebih bermutu, dengan cara memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan konsumen berdasarkan dari hasil pengalaman manajemen hotel selama ini.

Dalam menetapkan mutu yang diharapkan konsumen, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor penting yang menjadi penentu mutu jasa di mata konsumen. Menurut A.Parasuman, Valarica Zeithaml dan Leonard L.Berry yang dikutip Philip Kotler “Marketing Management “ edisi Millenium (2000;440), mengemukakan ada 5 penentu kualitas jasa. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan nilai pentingnya menurut pelanggan, yaitu :

1. Keandalan (reliability)  
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
2. Daya tanggap (responsiveness)  
Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Kepastian (assurance)

- Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan juga kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati (emphaty)  
Kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
  5. Berwujud (tangibles)  
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan dari perusahaan mendapat tanggapan positif dari konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan selanjutnya akan kembali lagi menginap di hotel tersebut dan konsumen juga akan mengkonfirmasi pengalaman menginapnya kepada para rekannya atau kerabat dari mereka. (Philip Kotler, edisi Millenium (2000;43-44))

Dengan mengetahui dan memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, merupakan hal paling penting bagi terciptanya kepuasan konsumen, di mana arti kepuasan menurut Philip Kotler, edisi Millenium (2000;42) “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya ”

Dengan melihat pelayanan yang diberikan hotel maka konsumen dapat merasakan kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh hotel tersebut sehingga konsumen merasa puas. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumennya sehingga makin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumennya.

Kepuasan konsumen merupakan fungsi yang menetapkan jauh dekatnya produk atau jasa menurut harapan atau kepuasan konsumen dan apa yang dialaminya dalam mengkonsumsi produk atau jasa tersebut dengan hipotesis :

- Keputusan / Harapan = H
- Kenyataan = K
  
- $H = K$  -----→ Konsumen puas
- $H > K$  -----→ Konsumen tidak puas
- $H < K$  -----→ Konsumen sangat puas

Makin besar jarak antara harapan atau kepuasan dan kenyataan yang dialami oleh konsumen. Semakin besar ketidakpuasan konsumen. Jika konsumen tidak puas, mungkin konsumen akan berhenti menggunakan jasa tersebut dan mungkin akan menyebarkan berita buruk kepada pihak lain. Sehingga pihak hotel akan kehilangan pelanggan Karena tidak dapat memuaskan pelanggan tersebut.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka disusunlah hipotesis sebagai berikut. Terdapat hubungan diantara pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Dengan asumsi

Dalam hal ini, perlu diperhatikan bahwa keadaan yang terjadi adalah CATERIS PARIBUS, di mana tidak ada perubahan dalam variable-variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

## 1.6. Metoda Penelitian

### 1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan tujuan untuk memperoleh data dari responden secara terstruktur, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta korelasi antara variabel-variabel yang diselidiki.

Sifat penelitiannya adalah verifikatif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran pada suatu hipotesis

### 1.6.2. Jenis Sumber Data

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui survey dengan melakukan penelitian langsung pada objek yang diteliti. Datanya berupa respon dari konsumen mengenai pelayanan yang diharapkan dengan peayanan yang dirasakan konsumen di hotel Mutiara Bandung.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan melalui berbagai sumber, seperti riset kepustakaan, yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan kepustakaan, artinya data dan informasi diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 1.6.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara :

#### 1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pihak perusahaan dan pelanggan secara langsung.

#### 2. Kuesioner

Untuk mengumpulkan data yang diperoleh dalam penelitaian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada para responden.

### 1.6.4. Metode Pengambilan Sampel

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sample yang bersifat acak atau dengan istilah (simple random sampling). Hotel Mutiara Bandung. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pengunjung yang menginap di Hotel Mutiara Bandung sebanyak 80 pelanggan perharinya yang secara proporsional dapat mewakili keadaan dan sifat populasi.

Untuk menentukan ukuran sample dari suatu populasi dapat digunakan rumus Slovin yang dikutip dari Husein Umar (1997;49-50)

$$n = \frac{N}{1 + N ( e ) ^ 2}$$

Keterangan : n = Jumlah sample minimum

N = Jumlah populasi (perhari)

e = Persentase kesalahan (10% atau 0.1)

Berdasarkan rumus di atas maka dapat dihitung jumlah sample yang akan diteliti, yaitu :

$$n = \frac{80}{1 + N ( e ) ^ 2}$$

$$1 + 80 (0,1)^2$$

$$= 44,44$$

$$= 45 \text{ responden.}$$

Berdasarkan hasil yang di peroleh maka penulis memutuskan jumlah sample yang akan diteliti berjumlah 50 orang (pembulatan ke atas) di dasarkan pada pertimbangan kemudahan penghitungan selanjutnya.

#### 1.6.5. Operasionalisasi Variabel

Mengenai operasionalisasi variable dapat dilihat pada table berikut ini :

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
Variabel Bebas (X) Kualitas Pelayanan	Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi kepuasan pelanggan.	Berwujud ( <i>Tangible</i> )	- Gedung	- Gedung yang bersih	Ordinal
			- Tempat parkir	- Tempat parkir yang luas	Ordinal
			- Kamar	-Kamar yang nyaman	Ordinal
			- Kamar mandi	- Kamar mandi yang bersih	Ordinal
		Empati ( <i>Emphaty</i> )	-Komunikasi antara karyawan dengan pelanggan	-Tingkat kemudahan karyawan dalam berkomunikasi 2 arah.	Ordinal
			- Keramahan karyawan terhadap setiap pelanggan	- Tingkat keramahan pegawai terhadap setiap pelanggan	Ordinal
			- Memahami kebutuhan pelanggan .	- Tingkat pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.	Ordinal

		Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ketepatan waktu hotel dalam menyediakan kamar yang dipesan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tingkat ketepatan waktu hotel dalam menyediakan kamar yang dipesan.</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keakuratan karyawan dalam melayani setiap pelanggan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat keakuratan dalam melayani setiap pelanggan.</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan karyawan dalam merekomendasikan kamar-kamar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kemampuan karyawan dalam merekomendasikan kamar.</li> </ul>	Ordinal
		Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan karyawan dalam menanggapi saran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respon karyawan dalam menanggapi saran.</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Respon karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Kemampuan manajemen hotel dalam menanggapi kritik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respon manajemen hotel dalam menanggapi kritik</li> </ul>	Ordinal

		Kepastian ( <i>Assurance</i> )	- Jaminan atas kondisi fisik kamar.  - Keamanan yang diberikan oleh hotel  -Penampilan karyawan	- Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kondisi fisik kamar.  - Tingkat keamanan yang diberikan oleh hotel  -Tingkat kerapihan penampilan karyawan	Ordinal  Ordinal  Ordinal
variabel Tidak Bebas (Y) Kepuasan Konsumen	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk (pelayanan) dan harapan-harapannya		-Keinginan menginap  -Keluhan pelanggan  -Penyebaran informasi  -Harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan hotel	Keinginan konsumen untuk menginap  Tingkat keluhan pelanggan  -Penyebaran informasi kepada kerabat (baik atau buruk)  - Kesesuaian harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan	Ordinal  Ordinal  Ordinal

--	--	--	--	--	--

### 1.6.6. Metode Analisis Data dan Teknik Pengolahan Data

Metode analisis data ini menggunakan metode analisa data kualitatif dan analisa kuantitatif. Sedangkan untuk mengukur derajat keeratan hubungan antara variabel x dan variabel Y, di mana :

- \*) Variabel X merupakan variabel bebas, variabel berpengaruh atau independent variabel, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya yang tidak independent. Sehubungan dengan judul penelitian penulis, yang menjadi variabel X adalah kualitas pelayanan.
- \*) Variabel Y merupakan variabel terikat, variabel terpengaruh atau dependen variabel, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Yang menjadi variabel dependent sehubungan dengan judul penelitian penulis adalah kepuasan konsumen.

Maka rancangan pengujian hipotesis yang dipergunakan untuk menguji korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah dengan menggunakan pengujian koefisien korelasi Spearman ( Rank Correlation ) (Anto Dayan, Pengantar Metode Statistik jilid 11,tahun 1986,350-354), dengan rumus sebagai berikut :

$$r_s = \frac{1 - [6 \sum D^2]}{n(n^2 - D)}$$

Bila di antara variabel terdapat cukup banyak yang memiliki angka yang sama, maka rumus ini perlu mendapat modifikasi. Rumus bertujuan guna mengurangi dampak jumlah data variabel dengan rank yang sama terhadap hasil hitung. Rumus koefisien korelasi Rank Spearman bila terdapat data dengan angka yang sama :

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d^2}{2 \sqrt{\sum X^2 \sum Y^2}}$$

Untuk mendapatkan nilai  $\sum X^2$  dan  $\sum Y^2$  digunakan rumus :

$$\sum X^2 = \left[ \frac{n^3 - n}{12} \right] - \sum T_x \qquad \sum Y^2 = \left[ \frac{n^3 - n}{12} \right] - \sum T_y$$

Besarnya T dalam perumusan di atas merupakan faktor-faktor koreksi bagi tiap kelompok rank yang sama dan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\sum T_x = \sum T_y = \sum \frac{t^3 - t}{12}$$

Keterangan :

$r_s$  = koefisien korelasi Spearman

$n$  = jumlah sampel

$X$  = variabel independen

$Y$  = variabel dependen

$t$  = jumlah data yang memiliki rank sama

$T_x$  = faktor koreksi X

$T_y$  = faktor koreksi Y

$d_i$  = rank data variabel X – rank data variabel Y (selisih rank data)

Nilai koefisien korelasi S ( $r_s$ ) berkisar antara -1 sampai +1. Tanda (-) menunjukkan hubungan yang berlawanan arah dan tanda (+) menunjukkan hubungan yang searah.

Menurut Dean J. Champion, dalam bukunya “*Basic Statistic For Social Research*” (1981 : 302), untuk menentukan kuat lemahnya koefisien korelasi tersebut maka dapat mengikuti batasan-batasan berikut :

± 0,00 – 0,25 menunjukkan tidak ada hubungan / sangat lemah

± 0,20 – 0,50 menunjukkan hubungan yang lemah

± 0,51 – 0,75 menunjukkan hubungan yang erat

± 0,76 – 1,00 menunjukkan hubungan yang sangat erat / kuat

Uji Hipotesa

- Untuk mengetahui apakah variable bebas berhubungan dengan variable tak bebas maka penulis merumuskan bahwa :

$H_0 = 0$  artinya tidak ada hubungan yang berarti antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

$H_1 > 0$  artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Uji dilakukan satu sisi karena akan dicari ada hubungan positif.

**Pengambilan Keputusan**

- Jika probabilitas (  $p$  – value )  $> 0,05$  , maka  $H_0$  diterima.
- Jika probabilitas (  $p$  – value )  $< 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak.

## 1.7. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengadakan penelitian pada Hotel Mutiara Bandung, yang berlokasi di jalan Kebon Kawung no: 60 – 70 Bandung.

## Rancangan Kuisisioner

Petunjuk Umum : Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dan berikan tanda (x)

### A Data Responden

#### 1. Jenis Kelamin :

- Pria
  - Wanita
2. Usia
- Di bawah 20 tahun
  - 20 tahun – 50 tahun
  - Di atas 50 tahun
3. Pendidikan terakhir :
- SMP
  - SMU
  - Sarjana 1
  - Sarjana 2
4. Pekerjaan :
- Pegawai Swasta
  - Pegawai Negri
  - Wiraswasta
  - Pelajar atau Mahasiswa
  - Ibu Rumah Tangga
  - Pensiunan
5. Pendapatan :
- Di bawah Rp.2.000.000
  - Rp 2.000.000 – 5.000.000
  - Di atas Rp.5.000.000
6. Berapa kali telah menginap di Hotel Mutiara :
- 1-5 kali
  - 6-10 kali
  - Lebih dari 10 kali
7. Dalam rangka apakah anda menginap di Hotel Mutiara :
- Bisnis
  - Wisata
  - Acara keluarga
  - Acara lainnya

Untuk pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, anda diharapkan untuk memberi jawaban dengan cara membubuhkan tanda silang (x) pada pernyataan yang anda anggap paling sesuai.

Keterangan :  
SS = Sangat Setuju

S = Setuju  
 CS = Cukup Setuju  
 TS = Tidak Setuju  
 STS= Sangat Tidak Setuju

B. Kualitas Pelayanan

NO	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
*	Tangibel					
1	Interior dan Exterior Hotel Mutiara terlihat bersih					
2	Anda mudah untuk mendapatkan tempat parkir					
3	Interior kamar Hotel Mutiara terasa nyaman					
4	Kamar mandi Hotel Mutiara bersih dan nyaman					
*	Empati					
5	Anda dapat berkomunikasi dengan baik dengan karyawan hotel					
6	Karyawan Hotel Mutiara selalu bersikap ramah terhadap anda					
7	Karyawan hotel selalu bersedia membantu anda pada saat diperlukan					
*	Reliability					
8	Anda selalu mendapatkan kamar pesanan anda dengan tepat waktu					
9	Karyawan hotel tidak pernah melakukan kesalahan pelayanan terhadap anda					
10	Suasana di hotel mendukung anda untuk beristirahat dengan nyaman					
*	Responsiveness					
11	Karyawan menanggapi saran anda dengan positif					
12	Karyawan merespon keluhan anda dengan cepat					
13	Manajemen Hotel menanggapi kritik anda dengan baik					
*	Assurance					
14	Anda mendapatkan kamar yang sesuai dengan keinginan anda					
15	Anda tidak pernah kehilangan di lingkungan Hotel Mutiara					
16	Karyawan hotel selalu berpakaian rapi dan bersih					

C. Kepuasan

NO	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Anda bersedia menginap di Hotel Mutiara					
2*	Anda merasa tidak puas dengan pelayanan yang ada					
3	Anda merekomendasikan Hotel Mutiara kepada kerabat dan saudara-saudara anda karena baiknya pelayanan					
4	Pelayanan yang diberikan hotel telah memenuhi harapan anda					

\* = Bobotnya SS = 1  
S = 2  
CS = 3  
TS = 4  
STS = 5