



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Aston Pluit Hotel Jakarta

Reza Novianto ^{1*}, Gojali Supiandi ²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

*Corresponding author: rezanovianto28@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima Februari 2025 Disetujui Maret 2025 Diterbitkan Juni 2025	Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan, Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan, Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas secara simultan terhadap Kepuasan pelanggan pada Aston Pluit Hotel Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Populasinya adalah 5.362 pelanggan, pengambilan sampel dapat menggunakan rumus slovin, maka sampel adalah seluruh karyawan yang berjumlah 98 pelanggan. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien korelasi ganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis, Berdasarkan hasil pengujian pada uji t variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan hitung sebesar 4,613 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena hitung lebih besar ttabel ($4,613 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil pengujian pada uji t variabel Fasilitas (X2) dengan hitung sebesar 7,495 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena hitung lebih besar ttabel ($7,495 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) diperoleh nilai Fhitung sebesar 75.274 sedangkan Ftabel (0,05) untuk n = 96 sebesar 2.70. Jadi Fhitung > dari Ftabel (0,05) atau $75.274 > 2.70$, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
DOI: 10.32493/jism.v5i2	ABSTRACT <i>T The aim of this research is to determine the partial influence of service quality on customer satisfaction, to determine the partial average influence on customer satisfaction, to determine the simultaneous influence of service quality and facilities on customer satisfaction at Aston Pluit Hotel Jakarta. This research method uses a quantitative description method, data collection techniques using questionnaires. The population is 5,362 customers, sampling can use the Slovin formula, so the sample is all employees totaling 98 customers. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis,</i>

Keywords:
Service Quality,
Facilities, Customer
Satisfaction

T The aim of this research is to determine the partial influence of service quality on customer satisfaction, to determine the partial average influence on customer satisfaction, to determine the simultaneous influence of service quality and facilities on customer satisfaction at Aston Pluit Hotel Jakarta. This research method uses a quantitative description method, data collection techniques using questionnaires. The population is 5,362 customers, sampling can use the Slovin formula, so the sample is all employees totaling 98 customers. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis,

multiple correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. Based on the test results on the t test for the Service Quality variable (X_1) with a tcount of 4.613 and a significance of 0.000. Because tcount is greater than ttable ($4.613 > 1.984$) and the significance is smaller than 5%, H_a is accepted and H_0 is rejected, it can be stated that Service Quality (X_1) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y). Based on the test results of the t test for the Facility variable (X_2) with a tcount of 7.495 and a significance of 0.000. Because tcount is greater than ttable ($7.495 > 1.984$) and the significance is smaller than 5% (0.000), H_a is accepted and H_0 is rejected, it can be stated that Facilities (X_2) have a significant effect on Customer Satisfaction (Y). Based on the calculation results for the variables Service Quality (X_1) and Facilities (X_2), the Fcount value is 75,274, while the Ftable (0.05) for $n = 96$ is 2.70. So $F_{\text{count}} > \text{from } F_{\text{table}} (0.05)$ or $75,274 > 2.70$, with a significant level of 0.000 because $0.000 < 0.05$, then it can be said that Service Quality (X_1), Facilities (X_2) and together have an influence on Satisfaction Customer (Y).

How to cite: Novianto, R., & Supiandi, G. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Aston Pluit Hotel Jakarta. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*. 5(2). 266-276



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Hotel memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, terutama bagi mereka yang membutuhkan tempat untuk beristirahat selama perjalanan bisnis, liburan, atau keperluan lainnya. Sebagai salah satu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial, hotel menyediakan berbagai layanan, mulai dari penginapan hingga makanan dan minuman, dengan tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan para pelancong yang membutuhkan tempat untuk tinggal sementara. Hotel juga menjadi bagian integral dari sektor pariwisata, yang sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan untuk memastikan kepuasan mereka.

Dalam pengertian yang lebih luas, hotel diartikan sebagai suatu bentuk akomodasi yang menyediakan jasa penginapan serta fasilitas lainnya, seperti makan dan minum, yang dikelola secara komersial. Berdasarkan keputusan Menteri Perhubungan No. PM 16/PW 301/PHB 77 tanggal 22 Desember 1977, hotel diharuskan untuk terus dikelola dengan baik agar dapat memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan yang datang. Hal ini tidak hanya mencakup kualitas fisik bangunan dan fasilitas yang ada, tetapi juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf hotel.

Keberadaan hotel selalu menjadi kebutuhan penting dalam sektor pariwisata dan industri perhotelan yang terus berkembang. Industri ini merupakan sektor yang selalu menguntungkan karena pelancong dari berbagai daerah maupun negara membutuhkan tempat untuk menginap. Hotel menyediakan tempat yang nyaman bagi tamu untuk beristirahat, yang membantu mengurangi rasa lelah setelah perjalanan panjang. Kenyamanan ini menjadi hal utama dalam industri perhotelan, karena dengan kenyamanan yang diberikan oleh hotel, tamu dapat merasa lebih segar dan menikmati perjalanan mereka tanpa terganggu oleh masalah tidur atau kondisi penginapan yang kurang nyaman.

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Aston Pluit Hotel Jakarta yang terletak di Jl. Pluit Selatan Raya No. 1, Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara. Aston Pluit Hotel merupakan hotel bintang empat yang memiliki berbagai fasilitas nyaman bagi para tamu yang datang, baik untuk keperluan bisnis maupun liburan. Lokasi hotel yang strategis membuatnya menjadi pilihan utama bagi pelancong yang ingin menginap di daerah Jakarta Utara. Selain

itu, hotel ini hanya berjarak sekitar 20 menit dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta, yang memudahkan tamu untuk melakukan perjalanan dari dan menuju bandara. Untuk kenyamanan lebih, Aston Pluit juga menyediakan layanan transportasi antar jemput bagi para tamu ke sekitar area hotel.

Salah satu faktor yang sangat penting bagi kelangsungan usaha hotel adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sering kali menjadi ukuran utama dalam menilai kualitas sebuah hotel. Tamu yang merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh hotel kemungkinan besar akan kembali menginap di tempat yang sama di masa depan. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, hal ini dapat berdampak buruk bagi reputasi hotel dan menyebabkan berkurangnya jumlah tamu yang datang.

Berdasarkan data dari Aston Pluit Hotel Jakarta, pada tahun 2023, jumlah tamu yang menginap di hotel ini cukup bervariasi setiap bulannya. Misalnya, pada bulan Desember, jumlah tamu yang menginap mencapai 854 orang, yang merupakan angka tertinggi sepanjang tahun tersebut. Hal ini sejalan dengan adanya liburan Natal, Tahun Baru, dan liburan sekolah yang membuat banyak keluarga memilih untuk menginap di hotel selama musim liburan. Namun, meskipun jumlah tamu meningkat, kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan.

Survei awal mengenai kualitas pelayanan di Aston Pluit Hotel menunjukkan beberapa masalah yang perlu diperbaiki. Salah satu masalah yang muncul adalah terkait dengan penataan lobby yang dianggap kurang rapi dan pelayanan staf yang tidak selalu sesuai dengan harapan. Selain itu, banyak pelanggan yang mengungkapkan bahwa staf hotel kurang memberikan informasi mengenai promo-promo yang tersedia, serta kurang ramah dalam menyambut tamu. Sebagian pelanggan juga mengeluhkan bahwa mereka tidak selalu menerima bukti pembayaran yang tepat waktu. Hal-hal ini mencerminkan bahwa meskipun hotel sudah memiliki fasilitas yang baik, kualitas pelayanan yang kurang optimal dapat mempengaruhi kepuasan tamu.

Kualitas pelayanan yang buruk bisa berpengaruh langsung terhadap persepsi pelanggan terhadap hotel. Kualitas pelayanan yang maksimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka lebih cenderung untuk datang kembali. Namun, jika kualitas pelayanan tidak memadai, hal ini dapat menyebabkan tamu merasa kecewa dan tidak puas. Menurut Tjiptono (2018), kualitas pelayanan dimulai dari pemenuhan kebutuhan pelanggan dan berakhir pada kepuasan pelanggan itu sendiri. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan, penting bagi pihak manajemen hotel untuk mendengarkan keluhan pelanggan dan melakukan perbaikan yang diperlukan agar dapat memenuhi harapan mereka.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas hotel juga memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Fasilitas hotel yang baik dan lengkap dapat membuat tamu merasa nyaman dan puas selama menginap. Berdasarkan hasil survei mengenai fasilitas di Aston Pluit Hotel, sebagian pelanggan mengungkapkan bahwa mereka merasa kurang puas dengan beberapa fasilitas yang ada di hotel ini. Misalnya, beberapa tamu merasa bahwa fasilitas kamar dan ruangannya kurang menarik dan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Meskipun sebagian tamu merasa puas dengan fasilitas yang diberikan, namun masih ada sebagian yang merasa bahwa fasilitas yang disediakan belum memenuhi standar yang diharapkan. Fasilitas yang memadai dan menarik tentu akan memberikan pengalaman menginap yang lebih menyenangkan bagi tamu dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali menginap di hotel tersebut.

Fasilitas hotel, seperti ruang tamu, perabotan kamar, dan layanan lainnya, harus dikelola dengan baik agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pengelolaan fasilitas yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan berpotensi menurunkan citra hotel di mata masyarakat. Fasilitas yang tidak memadai, seperti kamar yang kotor atau rusak, atau

peralatan yang tidak berfungsi dengan baik, akan menurunkan kenyamanan tamu dan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu memastikan bahwa semua fasilitas dalam kondisi baik dan dapat memenuhi kebutuhan tamu dengan baik.

Melihat dari situasi yang terjadi di Aston Pluit Hotel Jakarta, terdapat gap penelitian terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini masih perlu untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama dalam hal pelayanan dan fasilitas yang ada. Salah satu research gap yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya perhatian terhadap faktor-faktor eksternal seperti pengaruh lokasi hotel dan tren wisata yang mungkin mempengaruhi tingkat kunjungan pelanggan. Selain itu, belum ada penelitian yang membahas secara mendalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas dengan loyalitas pelanggan di hotel-hotel berbintang di Jakarta, terutama Aston Pluit Hotel Jakarta.

Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan di Aston Pluit Hotel Jakarta perlu ditingkatkan dengan memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada. Dengan meningkatkan aspek-aspek tersebut, hotel dapat mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan jumlah tamu yang menginap, serta memperkuat reputasi mereka sebagai salah satu pilihan utama bagi para pelancong yang mengunjungi Jakarta. Perbaikan dan inovasi dalam pelayanan dan fasilitas akan sangat membantu hotel untuk tetap bersaing di pasar yang sangat kompetitif, terutama di era pariwisata yang terus berkembang.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

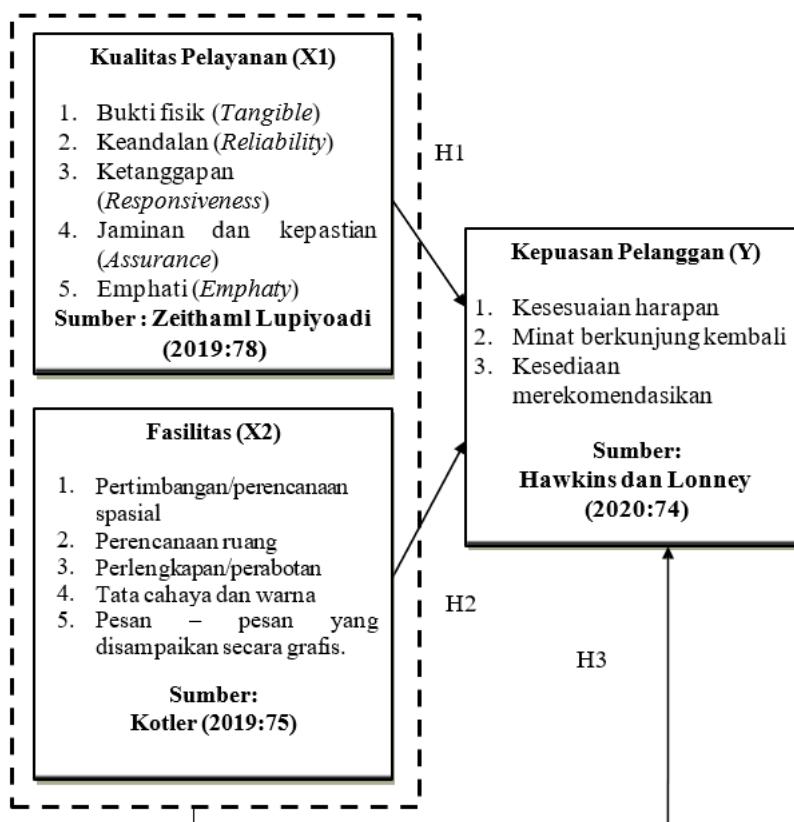
Menurut Martin (2014:6), kualitas layanan adalah kapasitas untuk memenuhi kebutuhan Pelanggan di dalam dan di luar secara konsisten seperti yang ditunjukkan oleh sistem. Untuk situasi ini, perusahaan spesialis diharapkan berusaha untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan klien, sehingga klien memiliki keinginan untuk mendapatkan kualitas layanan yang hebat. Berdasarkan definisi tersebut, kualitas layanan dapat diketahui melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan klien serta ketepatan penyampaian untuk menyesuaikan asumsi klien. Menurut Kotler dan Keller (2016: 138) mengatakan, "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*". Definisi tersebut menjelaskan bahwa kualitas adalah atribut umum dan sifat tenaga kerja dan produk yang berdampak pada kapasitas untuk mengatasi masalah dan keinginan Pelanggan yang akan menawarkan jenis layanan yang berkualitas.

Fasilitas

Menurut Yuriansyah (2018:31) fasilitas yang sesuai dengan harapan Pelanggan akan menarik perhatian Pelanggan untuk datang dan membuat perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis. Sedangkan menurut Tjiptono (2019:16) fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para Pelanggan. Menurut Kotler (2019:45) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada Pelanggan. Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat. Menurut Yuriansyah (2018:31) fasilitas yang sesuai dengan harapan Pelanggan akan menarik perhatian Pelanggan untuk datang dan membuat perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:16) fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para Pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Park dalam Irawan (2021:54), mengungkapkan kepuasan Pelanggan adalah suatu perasaan Pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan kepuasan Pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Sedangkan, Tjiptono (2014:353) mengkonseptualisasikan kepuasan Pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Menurut Richard Oliver dalam Zeithaml.,dkk (2018) kepuasan Pelanggan adalah respon pemenuhan dari Pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan Pelanggan.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Diduga Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aston Pluit Hotel Jakarta
- H2: Diduga Terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aston Pluit Hotel Jakarta
- H3: Diduga Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aston Pluit Hotel Jakarta

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dengan meto deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 3) bahwa: "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain- lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian". Tempat penelitian ini dilakukan di Aston Pluit Hotel Jakarta yang

berlokasi di Jl. Pluit Selatan Raya No.1, RT.2/RW.9, Pluit, Kec. Penjaringan, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450. Dalam penelitian populasinya adalah Pelanggan Aston Pluit Hotel Jakarta Sebanyak 5.362 orang Pelanggan. Dengan teknik Slovin, diambil sampel sebanyak 98 Pelanggan Aston Pluit Hotel Jakarta. Metode pengumpulan data dengan cara kuesioner sedangkan teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi X₁ – Y

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients			
1 (Constant)	23.103	3.402		6.791	.000
Kualitas Pelayanan	.627	.081	.620	7.741	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Nilai konstanta intersep sebesar 23,103 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X₁) maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 23.103. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.627. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Pelayanan (X₁) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.627, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dianggap konstan.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi X₂ – Y

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients			
1 (Constant)	24.023	2.488		9.657	.000
Fasilitas (X ₂)	.548	.053	.726	10.330	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Nilai konstanta intersep sebesar 24,023 menyatakan bahwa jika variabel Fasilitas (X₂) maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 24.023. Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas (X₂) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.548. Hal ini berarti jika variabel Fasilitas (X₂) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.548, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dianggap konstan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients			
(Constant)	15.775	2.882		5.474	.000
1 Kualitas Pelayanan	.345	.075	.341	4.613	.000
Fasilitas	.418	.056	.554	7.495	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 15.775 + 0.345 X_1 + 0.418 X_2$

1. Nilai Konstanta $a = 15.775$ dapat diartikan bahwa jika Kualitas Pelayanan dan Fasilitas bernilai nol maka Kepuasan Pelanggan bernilai positif sebesar 15.775.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan $b_1 = 0.345$ dapat diartikan bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0.345.
3. Koefisien regresi Fasilitas $b_2 = 0.418$ dapat diartikan bahwa jika Fasilitas meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0.418.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. Hasil Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384	.378	7.62930

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X_1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,620, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 5. Hasil Koefisien Korelasi Secara Parsial Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.526	.522	6.69119

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X_2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Fasilitas (X_2) sebesar 0,726, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Fasilitas (X_2) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 6 Hasil Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.605	6.07970

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) sebesar 0,783, artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (X1) terhadap (Y)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384.378	7.62930	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.384, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 38.4% variabel Kualitas Pelayanan (X₁) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 61.6% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi (X2) terhadap (Y)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.526.522	6.69119	

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.526, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 52.6% variabel Fasilitas (X₂) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 47.4% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi Secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613.605	6.07970	

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.613, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 61.3% variabel Kualitas Pelayanan (X₁), variabel Fasilitas (X₂) dan variabel memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 38.7% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 10 Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	15.775	2.882	5.474	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.345	.075	.341	4.613
	Fasilitas (X2)	.418	.056	.554	7.495

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2025

Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dengan thitung sebesar 4,613 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel (4,613 > 1.984) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H₀ ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dari tabel diatas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Fasilitas (X₂) dengan thitung sebesar 7,495 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel (7,495 > 1.984) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H₀ ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 11 Uji F Simultan

Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5564.658	2	2782.329	75.274	.000 ^b
	Residual	3511.464	95	36.963		
	Total	9076.122	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Fasilitas (X₂), Kualitas Pelayanan (X₁) Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 75.274 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk n = 96 sebesar 2.70. Jadi F_{hitung} > dari F_{tabel} (α 0,05) atau 75.274 > 2.70, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena 0,000 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X₁), Fasilitas (X₂) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: Y = 23,103 + 0,627X₁. Koefisien Korelasi sebesar 0,620 memiliki hubungan yang kuat, Koefisien Determinasi sebesar 0,384 atau 38,4% sedangkan sisanya sebesar 61,6%. Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dengan t_{hitung} sebesar 4,613 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} (4,613 > 1.984) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H₀ ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: Y = 24,023 + 0,548X₂. Koefisien Korelasi sebesar 0,726 memiliki hubungan yang kuat, Koefisien Determinasi sebesar 0,526 atau 52,6% sedangkan sisanya sebesar 47,4%. Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Fasilitas (X₂) dengan t_{hitung} sebesar 7,495 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} (7,495 > 1.984) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H₀ ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: Y = 15,775 + 0,345X₁ + 0,418X₂. Koefisien Korelasi sebesar 0,783 memiliki

hubungan yang sangat kuat, Koefisien Determinasi sebesar 0,613 atau 61,3% sedangkan sisanya sebesar 38,7%. Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Fasilitas (X₂) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 75,274 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk n = 96 sebesar 2,70. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (α 0,05) atau $75,274 > 2,70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X₁), Fasilitas (X₂) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil regresi, diperoleh persamaan $Y = 23,103 + 0,627X_1$ dengan koefisien korelasi 0,620 yang menunjukkan hubungan kuat, dan koefisien determinasi 38,4%. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena nilai t-hitung (4,613) lebih besar dari t-tabel (1,984) dan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Untuk variabel Fasilitas (X₂), persamaan regresinya adalah $Y = 24,023 + 0,548X_2$, dengan koefisien korelasi 0,726 dan koefisien determinasi 52,6%. Uji t menunjukkan bahwa Fasilitas (X₂) juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan t-hitung 7,495 lebih besar dari t-tabel 1,984 dan signifikansi 0,000. Secara bersama-sama, variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Fasilitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan persamaan regresi $Y = 15,775 + 0,345X_1 + 0,418X_2$. Hasil uji F menunjukkan bahwa F-hitung (75,274) lebih besar dari F-tabel (2,70) dengan signifikansi 0,000, yang berarti keduanya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Mitra Wacana Media.
- Ahmed, Z. (2014). Effect of Brand trust and Customer Satisfaction on Brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*.
- Anoraga, P. (2016). *Psikologi Kerja*. Rineka Cipta.
- Armaniah, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2014). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro & Benyamin Molan). Penerbit Prenhalindo.
- Basu, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Butarbutar, M. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar.
- Daryanto. (2014). *Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2016*. Penerbit Gava Media.
- Effendi, S., & Manning, C. (2017). Prinsip-prinsip Analisa Data. In Ma. Singarimbun & S. Effendi (Eds.), *Metode Penelitian Survai* (pp. 263–298). LP3ES Indonesia.
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). Social Media or Shopping website? The Influence of eWOM on Consumers' Online Purchase Intentions. *Journal of Marketing Communications*.
- Fiani, P. O. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

- Pusat Kesehatan Masyarakat Rengas Ciputat Timur Tangerang Selatan.
- Goyette, et al. (2017). E-WOM: Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context. *Journal of Administrative Sciences*, 27, 5-23.
- Hermann, et al. (2017). The social influence of brand community: Evidence from European car clubs. *Journal of Marketing*, 69, 19-34.
- Hidayat, M. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Di Palangka Raya.
- Hidayat, M. F., & Widyawati, N. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kereta Api Pasundan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya (Studi Kasus Penumpang Kereta Api Pasundan).
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2015). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4).
- Kabalmay, A. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Vega Hotel Kota Sorong.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lenggana, F. M. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Z'dulur Coffee & Pool Kab. Tasikmalaya).
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi kedua). Penerbit Salemba Empat.
- Nazlia, I. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Buku 2, Edisi 9, Alih Bahasa Damos Sihombing). Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rachmawati. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.
- Saputri, L. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Kereta Commuter Line.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketujuh). Indeks.
- Selang, C. A. D. (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Freshmart Bahu Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 71-80.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (Cetakan ke-1). CAPS.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Andi Offset.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia.