

PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN PENGALAMAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGINAPAN CITRA ALAM 2
KOTA SUNGAI PENUH

Oleh

Zefri Efdison¹, Yelnim², Dorris Yadewani³, Erni Febrina Harahap⁴, Aan Nurmadi⁵

^{1,2,5}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Indonesia

³Universitas Sumatera Barat

⁴Universitas Bung Hatta, Indonesia

Email: ¹zefriefdison@gmail.com, ²animstiesak@gmail.com, ³dorris290@gmail.com,
⁴erni_fh@yahoo.co.id, ⁵aannurmadi123@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the Effect of Facilities, Service Quality and Experience on Consumer Satisfaction of Citra Alam Inn 2 Full River City. The sample from this study was 80 people. Data were collected with questionnaires that had been tested for validity and reliability. The data analysis techniques used are analysis, descriptive, multiple regression, coefficient of determination and hypothesis testing using the t test and the F test. The results showed that there was a significant influence between facilities on consumer satisfaction of Citra Alam Inn 2, this was evidenced by t count > t table (3.101 > 1.99167), and with significance value = 0.041 < 0.05, and the magnitude of influence was 22.8%. There is a significant influence between the Quality of Service on Consumer Satisfaction of Citra Alam Inn 2, this is evidenced by t count > t table (2.066 > 1.99167), and with significance value = 0.000 < 0.05, and the magnitude of influence is 14.4%. There is a significant influence between Experience and Consumer Satisfaction of Citra Alam Inn 2, this is evidenced by t count > t table (2.498 > 1.99167), and with significance value = 0.000 < 0.05, and the magnitude of influence is 15.5%. There is a significant influence between Facilities, Quality of Service and Experience on Consumer Satisfaction of Citra Alam Lodging 2 simultaneously or together, this is evidenced by F count > F table (28,222 > 2.72) or sig < α (0.000 < 0.05), and the magnitude of the influence is 52.7%, while the rest (100% - 52.7%), i.e. 47.3% is explained by other causal factors not studied in this study.

Keywords : *Facilities, Quality of Service, Experience, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perekonomian global masa kini semakin memudahkan para pemain bisnis untuk mengenalkan kemanapun bersaing di dunia usaha, dengan perekonomian global ini akan semakin memungkinkan terjadinya suatu kerjasama perdagangan antar negara-negara di seluruh dunia, ini merupakan suatu peluang besar bagi yang mampu memanfaatkannya. Dengan adanya perdagangan antar negara ini memungkinkan terjadinya peningkatan pendapatan bagi perusahaan, tidak hanya memenuhi kebutuhan dalam negeri tetapi dengan adanya perdagangan global juga

mampu meningkatkan produktifitas perusahaan dengan bertambahnya permintaan luar negeri. Dengan pemasaran luar negeri tentunya juga akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan, akan tetapi ini juga menjadi suatu ancaman besar bagi perusahaan yang tidak mampu memanfaatkan keadaan perekonomian global ini, dengan adanya perusahaan asing yang masuk dalam negeri dengan kualitas yang lebih baik daripada kualitas perusahaan dalam negeri, ini tentunya akan menjadikan pesaing untuk merebut hati konsumen.

Melihat besarnya peluang dan ancaman yang ditimbulkan perusahaan harus

meningkatkan kualitas baik kualitas produk ataupun pelayanan yang diberikan, sehingga mampu meraih peluang yang ada dan mengurangi besarnya ancaman, karena tidak dapat dipungkiri lagi selain kualitas produk kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perusahaan agar tetap diminati karena dengan pelayanan prima mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan fasilitas, kualitas pelayanan yang baik yang menjadi pengalaman setelah menginap yang akan mengeratkan hubungan antara perusahaan dengan pengunjung, sehingga akan menimbulkan keterkaitan antar keduanya, perusahaan akan mengetahui apa langkah selanjutnya untuk meningkatkan fasilitas, dan kualitas pelayanan yang akan dirasakan konsumen agar konsumen terpuaskan yang akan menjadi pengalaman yang menarik.

Kehadiran Penginapan Citra Alam 2 di Kota Sungai Penuh pada bulan Juli 2019 yang lalu menjadi salah satu pilihan tempat penginapan atau peristirahatan para pengunjung yang datang ingin menginap disana, sejak berdirinya penginapan Citra Alam ini penginapan di Kota Sungai Penuh mulai bertambah dan menjadi salah satu alternatif tempat menginap di Kota Sungai Penuh ini. Penginapan merupakan bisnis jasa akomodasi yang di dalamnya terdapat unsur fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun hiburan. Penginapan Citra Alam 2 ini sudah memiliki fasilitas dan kualitas pelayanan yang cukup untuk para konsumen sehingga para konsumen yang pernah menginap merasa memiliki pengalaman yang menarik sehingga konsumen menjadi ingin berkunjung kembali di penginapan Citra Alam 2. Untuk mempertahankan agar tetap *survive* di tangan persaingan yang ketat, maka penginapan Citra Alam 2 menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen agar kepuasan konsumen terpenuhi.

Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi banyak faktor, diantaranya adalah **kualitas pelayanan** (Amri, 2012). Selain faktor kualitas pelayanan, Nirwana (2014) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi adalah **fasilitas** yang ditawarkan oleh perusahaan. Sedangkan Seddon dan Sant (dalam Senjaya et al., 2013) menyebutkan **pengalaman** juga menjadi bagian yang dapat menentukan kepuasan konsumen.

Menurut Nirwana (2014) fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bias dilihat, tidak bias dicium dan tidak bias diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa dalam hal ini adalah penginapan.

Dari hasil pengamatan penulis sehubungan dengan variabel fasilitas pada objek penelitian, yaitu kurangnya penataan aliran sirkulasi dan pencahayaan di beberapa kamar penginapan. Kondisi ini menunjukkan masih rendahnya indikator desain interior dan cahaya pada variabel fasilitas.

Tjiptono (2014) menyatakan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan sangat mempengaruhi konsumen pada perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat pembelian pada konsumen.

Dari hasil pengamatan penulis sehubungan dengan variabel kualitas pelayanan pada objek penelitian adalah lambatnya respon karyawan dalam melayani keluhan pengunjung. Selain itu karyawan juga tidak berpenampilan menarik dan rapi. Hal ini merupakan mengindikasikan lemahnya daya tanggap untuk variabel kualitas pelayanan.

Menurut Schmitt (2002) bahwa pengalaman konsumen adalah peristiwa pribadi yang terjadi sebagai jawaban atas beberapa rangsangan yang menimbulkan sebuah pengalaman. Pengalaman tersebut berdasarkan keseluruhan setiap peristiwa dalam kehidupan masing-masing individu.

Fenomena pengalaman yang terjadi pada konsumen dalam penginapan Citra Alam 2, yaitu terkadang respon yang lambat dan kurang ramahnya karyawan dalam melayani pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *relate* untuk variabel pengalaman belum maksimal.

Menurut penelitian Sartika Moha Dan Sjendry Loindong (2016) dengan judul penelitian “Analisis kualitas pelayanan dan

fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado”. Hasil penelitiannya menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan berjudul “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Cintra Alam 2”.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial dan simultan?
2. Berapakah besar pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial dan simultan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan pengalaman Terhadap Kepuasan konsumen baik secara parsial dan simultan.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan Pengalaman Terhadap Kepuasan konsumen baik secara parsial dan simultan.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas yang tergolong kepada penelitian kuantitatif. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya, yaitu menjelaskan pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah konsumen yang menginap pada Penginapan Citra Alam 2. Adapun yang akan dibahas terbatas hanya pada seberapa besar pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap Penginapan Citra Alam 2

. Sebagai variabel independen pada penelitian ini adalah fasilitas (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dan pengalaman (X_3). Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen Penginapan Citra Alam 2 (Y).

Populasi dan Sampel

1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini mencakup konsumen yaitu pengunjung yang menginap di Penginapan Citra Alam 2 yang jumlahnya tidak diketahui.

2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungkan disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Penelitian ini menggunakan sampel accidental sampling. Menurut (Sugiyono: 2017) *Sampling Insidental/Accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Untuk menentukan jumlah sampel harus berdasarkan tingkat ketelitian yang dikehendaki peneliti, semakin besar tingkat kesalahannya maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya, selain itu menentukan ukuran sampel dengan pertimbangan pragmatis (keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti seperti waktu, biaya dan tenaga), keragaman populasi, dan derajat keyakinan peneliti terhadap akurasi data yang dikumpulkan karena makin tinggi derajat keyakinannya makin besar pula sampel yang

diambil. Rumus yang dipakai dalam menentukan jumlah sampel yaitu rumus yang dikemukakan Sekaran (2006) sebagai berikut:

$$N \text{ minimal} = 20 \times \text{jumlah variabel} \\ = 20 \times 4$$

$$N \text{ minimal} = 80 \text{ responden}$$

Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data sekunder yang bersumber dari Penginapan Citra Alam 2
2. Data primer yang bersumber dari konsumen Penginapan Citra Alam 2

Teknik Pengumpulan Data

1. *Library Research* (Penelitian pustaka) yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis atau data sekunder dalam penelitian. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku, literatur, dokumen-dokumen resmi, catatan dan transkrip, yang berkaitan dengan penelitian.
2. *Field Research* (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian langsung kelapangan dalam rangka mendapatkan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti berupa. Daftar Pertanyaan (*Questioner*) yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada para responden di objek penelitian.

Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) Uji Validasi adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Teknik uji yang di gunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang di uji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka item yang tersebut tidak valid dan akan di keluarkan dari kuesioner atau di gantikan dengan pernyataan perbaikan.

Rumus Korelasi Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan:

- rxy = Koefisien Korelasi Suatu Butir
- n = JumlahSubjek
- X = Skor SuatuButir/Item
- Y = Skor Total.

Kriteria pengujian uji validitas Menurut Arikunto (2013) dengan cara :

1. Apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut valid.
2. Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid.

Dengan melakukan uji coba kuesioner tersebut pada sejumlah responden untuk perhitungan uji validitas sebanyak 30 orang, uji validitas dengan cara membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), didapatkan r_{tabel} dengan cara :

$$df = n - 2$$

$$df = 30 - 2$$

$$df = 28$$

sehingga dengan $df = 28$ dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan $r_{tabel} = 0,361$. Pada tabel 3.3 di bawah ini bisa dilihat hasil dari uji validitas variabel Kepuasan Konsumen :

Tabel 1. Uji Validitas

Kepuasan Konsumen	Fasilitas	Kualitas Pelayanan	Pengalaman	Hasil
0,812**	0,653* *	0,600**	0,469**	Valid
0,489**	0,472* *	0,364*	0,582**	Valid
0,867**	0,559* *	0,674**	0,722**	Valid
0,622**	0,567* *	0,657**	0,514**	Valid
0,519**	0,468* *	0,603**	0,760**	Valid
0,749**	0,436*	0,406*	0,715**	Valid
0,820**	0,701* *	0,757**	0,388*	Valid
0,795**	0,466* *	0,693**	0,735**	Valid
0,834**	0,615* *	0,731**	0,390*	Valid

	0,543* *	0,675**	0,512**	Valid
	0,733* *	0,766**	0,793**	Valid
	0,749* *	0,758**	0,745**	Valid
	0,779* *	0,638**	0,516**	Valid
	0,688* *	0,747**	0,808**	Valid
	0,671* *	0,758**	0,768**	Valid

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan r_{hitung} semua lebih besar dari r_{tabel} . Hal ini berarti alat ukur dari keseluruhan item pada variabel adalah valid.

2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2013) Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk di gunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik pada penelitian ini untuk mencari releabilitas instrumen. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat di percaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama di peroleh hasil yang relatif sama (Syaifuddin Azwar, 2000: 3). Dalam penelitian ini, uji realibilitas di lakukan dengan menggunakan teknik formula Alpha Cronbach dan dengan menggunakan program SPSS versi 24 for windows.

$$r_{II} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{II} = Reabilitas yang dicari

n = Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlahvariasis kortiap-tiap item

σ^2 = Varians total

Kriteria :

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* sama atau lebih besar dari 0,60 berarti pernyataan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tidak sama atau lebih kecil dari 0,60 berarti pernyataan tidak reliabel.

Hasil dari uji reliabilitas bisa dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Kriteria Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Konsumen	0,892	0,6	Reliabel
2	Fasilitas	0,671	0,6	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,758	0,6	Reliabel
4	Pengalaman	0,768	0,6	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas pada tabel 3.6, dengan hasil koefisien alfabanya lebih besar dari 0,60 berdasarkan kriteria alpha. Dengan demikian semua item variabel yang ada di dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Alat Analisis

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan menggunakan SPSS versi 22.00. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2017) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Dependen Variabel (Kepuasan Konsumen)

X1: Independent Variabel (Fasilitas)

X2: Independent Variabel (Kualitas Pelayanan)

X3: Independent Variabel (Pengalaman)

b1 : Koefisien regresi Fasilitas

b2: Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

b3: Koefisien regresi Pengalaman

a : Konstanta

e : error

Koefisien Determinasi

1) Secara Parsial

Untuk mengetahui besarnya pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada Penginapan Citra Alam 2 secara parsial. Menurut Ghozali (2007) dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

2. Secara Simultan

Untuk mengetahui besarnya pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada Penginapan Citra Alam 2 secara simultan. ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi

Uji Hipotesis

1 Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan uji t, adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2017) merumuskan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{s/\sqrt{n}}$$

Keterangan :

bi = koefisien regresi

s = standar deviasi sampel

n = jumlah sampel

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada Penginapan Citra Alam 2.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada Penginapan Citra Alam 2.

2 Uji F (Simultan)

Untuk menguji pengaruh secara simultan digunakan uji F, dengan mencari terlebih dahulu F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} . Sugiyono (2013) merumuskan uji F sebagai berikut:

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

Keterangan :

- R^2 = Koefisien determinasi
- n = Jumlah sampel
- k = Jumlah variabel independen

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada Penginapan Citra Alam 2.
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara simultan antara fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada Penginapan Citra Alam 2

HASIL DAN PEMBAHASAN

1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda dari Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.390	4.181	
	Fasilitas	.228	.073	.348
	Kualitas_Pelayanan	.178	.086	.233
	Pengalaman	.168	.067	.258

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Dari tabel 3 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,390 + 0,228 X_1 + 0,178 X_2 + 0,168 X_3$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari $a = 0,390$ artinya jika dianggap tidak ada Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman maka Kepuasan Konsumen di Penginapan Citra Alam 2 adalah sebesar 0,390.
2. Nilai dari $b_1 = + 0,228$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Fasilitas adalah positif, semakin baik Fasilitas, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Konsumen di Penginapan Citra Alam 2.
3. Nilai dari $b_2 = + 0,178$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Kualitas Pelayanan adalah positif, semakin baik Kualitas Pelayanan, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Konsumen di Penginapan Citra Alam 2.
4. Nilai dari $b_3 = + 0,168$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Pengalamana dalah positif, semakin baik Pengalaman, maka ada kecenderungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Konsumen di Penginapan Citra Alam 2.

2. Koefisien Determinasi

1). Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4

Koefisien Determinan Secara Simultan

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.508	5.81081

a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Fasilitas, Kualitas_Pelayanan

Berdasarkan analisis Tabel 4 terdapat R Square (Determinasi) adalah 0,527 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,726) R Square dapat disebut Koefisien Determinasi atau dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,726)^2 \times 100\% \\ &= 52,7\% \end{aligned}$$

Koefisien Determinasi yang berarti 52,7% yang artinya Pengaruh vngaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2. Sedangkan sisanya (100% - 52,7%), yaitu 47,3% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Secara Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Koefisien Determinan Secara Parsial

Coefficients ^a		
Model	Standardize d Coefficient s	Correlation s
	Beta	Zero-order
1	(Constant)	
	Fasilitas	.348 .656
	Kualitas_Pelayan	.233 .619
	Pengalaman	.258 .600

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Dengan penjelasan dari Koefisien Determinan Secara Parsial adalah:

1) Besar Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial. Berdasarkan tabel 5 dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,348 \times 0,656 \times 100\% \\ &= 22,8\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial adalah 22,8%.

2) Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial. Berdasarkan tabel 5 dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,233 \times 0,619 \times 100\% \\ &= 14,4\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial adalah 14,4%.

3) Besar Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial. Berdasarkan tabel 5 dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,258 \times 0,600 \times 100\% \\ &= 15,5\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial adalah 15,5%.

3 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial menggunakan uji t. Uji t dengan cara membandingkan nilai t hitung > t tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), Dengan rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013) didapatkan t tabel dengan cara :

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ df &= 80 - 4 \\ df &= 76 \end{aligned}$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga

dengan $df = 76$ dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan t tabel adalah : 1,99167. Sedangkan untuk t hitung dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Ringkasan Uji t

Coefficients ^a				
Model		t	Sig.	Correlations Zero-order
1	(Constant)	.093	.926	
	Fasilitas	3.101	.003	.656
	Kualitas_Pelayanan	2.066	.042	.619
	Pengalaman	2.498	.015	.600

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Pada tabel 6 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,101 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,003 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,066 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,042 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam.
3. Pengalaman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,498 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,015 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam.

2) Uji F

Untuk menguji signifikan Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara simultan menggunakan uji F. Uji F dengan cara membandingkan nilai F hitung $>$ F

tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), Dengan rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013) didapatkan F tabel dengan cara:

$$df_1 = k - 1 \quad (4 - 1 = 3)$$

$$df_2 = n - k \quad (80 - 4 = 76)$$

Dengan keterangan dimana n = jumlah responden dan k = jumlah variabel sehingga dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 76$, dan $\alpha = 5\%$ (0,05) didapatkan F tabel adalah F_{tabel} adalah : 2,72. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 7
Hasil Ringkasan Uji F**

ANOVA ^a					
Model		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio n	3	952.941	28.222	.000 ^b
	Residual	76	33.765		
	Total	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen
b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Fasilitas, Kualitas_Pelayanan

Berdasarkan tabel 7 dari uji ANOVA atau F tes ternyata didapat F hitung 28,222 : dimana F hitung $>$ F tabel ($28,222 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari bab-bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,101 > 1,99167$), serta dengan nilai signifikansi = $0,041 < 0,05$. Serta Besarnya pengaruh Fasilitas

- Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial adalah 22,8%.
2. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,066 > 1,99167$), serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$. Serta Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial adalah 14,4%.
 3. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Pengalamanterhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,498 > 1,99167$), serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$. Serta Besarnya pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara parsial adalah 15,5%.
 4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 secara simultan atau bersama-sama, ini dibuktikan dengan F hitung $>$ F tabel ($28,222 > 2,72$) atau $\text{sig} < \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Serta Besarnya pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen Penginapan Citra Alam 2 adalah sebesar 52,7%, sedangkan sisanya ($100\% - 52,7\%$), yaitu 47,3% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan bab pembahasan dan kesimpulan bahwa Kepuasan Konsumen berada pada rata-rata Baik dengan Total Capaian Responden (TCR) nya sebesar 81,67%, maka untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen tersebut maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan Fasilitas dengan cara :
 - 1) Hendaknya Penginapan Citra Alam 2 bisa membuat penataan cahaya pada Penginapan Citra Alam 2 terlihat menarik
 - 2) Hendaknya Penginapan Citra Alam 2 bisa membuat pencahayaan pada Penginapan Citra Alam 2 memberikan suasana yang hangat
2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan cara :
 - 1) Hendaknya Penginapan Citra Alam 2 bisa tanggap dalam melayani konsumen Penginapan Citra Alam 2
 - 2) Hendaknya karyawan dari Penginapan Citra Alam 2 bisa menerima keluhan dari konsumen
3. Meningkatkan Pengalamandengan cara :
 - 1) Hendaknya Penginapan Citra Alam 2 bisa membuat konsumen bisa berinteraksi dengan dengan pelanggan lain
 - 2) Hendaknya Penginapan Citra Alam 2 bisa membuat konsumen mengetahui mengenai Penginapan Citra Alam 2 seperti dari meningkatkan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis* Edisi 8. Jakarta : alamba Empat.
- [2] Alma (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: alfabeta
- [3] Amri, Syaiful (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan dan kenyamanan di Pasar Tradisional terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang.
- [4] Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Renika Cipta.
- [5] Assuari Sofjan (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. : Rajawali Pers
- [6] Faris L. Lumentu dan Indrie D. Palandeng (2014) Fasilitas, *Servic escape* dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado.

- [7] Ghozali, Abdul. 2007. *Perhitungan SPSS*. Semarang : BPFE Undip.
- [8] Handoko (2013). *Pengantar Manajemen*. Erlangga Jakarta.
- [9] Hasibuan, Malayu SP. (2013). *Manajemen : Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Edisi Revisi). Jakarta : Bumi Aksara.
- [10] Kertajaya, Hermawan. 2011. *Hermawan Kertajaya On Marketing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- [11] Kotler, Philip (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu*. Jakarta : Prentice Hall.
- [12] Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2015), *Marketing Management, 13th edition*, jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [13] Lupiyoadi (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta. Salemba Empat.
- [14] Munawir (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi*.
- [15] Nirwana (2014). *Pemasaran Jas*; Jakarta Alta.
- [16] Novia Jelita Gomoi, Johny R. Tampi dan Aneke Y. Punuindoong (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Pasien) Rawat Inap Irina C Rumah Sakit Umum Pusat Prof. Dr. R. D. Kandou Manado*.
- [17] Sartika Moha dan Sjendry Loindong (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado*.
- [18] Schmitt. H. Bernd. (2002). *Experiential Marketing*. The Free Press. New York.
- [19] Senjaya, Wayan. (2013). *Pengaruh Kualitas, Produk dan reputasi Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mie Instan*.
- [20] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- [21] Swastha & Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- [22] Terry. P. 2018. *Manajemen* (Jilid 1) Edisi 10. Jakarta : Erlangga.
- [23] Tjiptono Fandy (2013). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Offset. Yogyakarta.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN