

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL TEBU

Rucika Rahmadina<sup>1</sup>; Heppy Millanyani<sup>2</sup>

Telkom University, Bandung<sup>1,2</sup>

Email : rucikarahmadina@gmail.com<sup>1</sup>; heppymill@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Kota Bandung menjadi kota destinasi wisata, menjadikan kebutuhan akomodasi seperti hotel semakin meningkat dan menimbulkan persaingan. Penelitian ini mengadopsi skala holistik untuk mengukur kualitas pelayanan di bidang hotel, yaitu *Scale of Service Quality in Hotels* (SSQH). Penelitian ini menghasilkan informasi bahwa tanggapan responden atas kualitas pelayanan yang meliputi indikator infrastruktur akomodasi, kualitas kamar, meja depan, makanan dan minuman, keramahan, keselamatan dan keamanan, sikap dan perilaku karyawan, interaksi karyawan dan waktu tunggu termasuk kategori cukup baik sedangkan dimensi keahlian karyawan termasuk kategori baik. Hasil skor rata-rata untuk kualitas pelayanan sebesar 66,84% dalam kategori cukup baik. Tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dinyatakan baik, terlihat darinilai rata-rata mencapai 68,06%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tebu.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, Hotel Tebu

### ABSTRACT

*Bandung has become a tourist destination city for both domestic and foreign tourists, increasing the demand for accommodations such as hotels and creating competition. The purpose of this study is to determine, either partially or simultaneously, the effect of service quality on customer satisfaction at Tebu Hotel Bandung. The Scale of Service Quality in Hotels was used in this study to measure the quality of service in the hotel sector (SSQH). According to the findings of this study, respondents' responses to service quality, which include indicators of accommodation infrastructure, room quality, front desk, food and beverage, friendliness, safety and security, employee attitudes and behavior, employee interaction, and waiting time, are quite good, while dimensions of employee expertise are included in the good category.*

*Keywords : service quality, consumer satisfaction, Tebu Hotel*

### PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 yang melanda di dunia salah satunya memberikan dampak bagi Indonesia, khususnya pada industri perhotelan. Di samping itu pula adanya masalah persaingan yang kompetitif di antara para pengusaha hotel. Tingkat Penghunian Kamar Hotel Klasifikasi Bintang 2020-2021 ditinjau pada Grafik 1 berikut.

*Grafik 1. Tingkat Penghunian Kamar Hotel Klasifikasi Bintang 2020-2021*

Sebagaimana yang tercatat pada Badan Pusat Statistik (BPS) bulan September 2021, tingkat hunian kamar hotel di Indonesia mencapai 36,64%.

Menghadapi persaingan seperti ini manajemen hotel harus dapat mempersiapkan cara agar para konsumen terus mengkonsumsi atau menggunakan jasa mereka dengan bertujuan akan keberhasilan perusahaan itu sendiri atau untuk mendapatkan kepuasan dari para konsumen (Dharma, 2013).

Kota Bandung menjadi kota destinasi wisata disebabkan keanekaragaman wisata yang dimilikinya. Bandung mempunyai tingkat kreativitas serta produktivitas tinggi dalam berbagai kegiatan bisnis pariwisata. Tingkat hunian kamar hotel di Jabar meningkat 1,31 poin pada September 2019 dibandingkan Agustus 2019 disampaikan BPS Jabar. Kedua jumlah tamu yang datang melalui Bandara Husein Sastranegara dari mancanegara pada September 2019 mengalami penurunan sebesar 7,96% (Badan Pusat Statistik, 2019). Daftar Hotel Berbintang Tiga di Jalan Martadinata Bandung ditinjau pada Tabel 1 berikut.

*Tabel 1.* Daftar Hotel Berbintang Tiga di Jalan Martadinata Bandung

Tabel tersebut menunjukkan lokasi hotel di jalan riau sekaligus pesaing Hotel Tebu. Hal ini menuntut Hotel Tebu agar sungguh-sungguh mengerti dinamika selera konsumen sebagai target pasarnya dan berupaya untuk memuaskan konsumen dengan kualitas layanan yang ditingkatkan. Kualitas pelayanan identik dengan fasilitas, keramahan, kecepatan pelayanan, kenyamanan dan kemampuan hotel dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Kualitas pelayanan pada Hotel Tebu masih belum memberikan kepuasan pada pelanggan. Masih rendahnya kualitas pelayanan terbukti dengan banyaknya komplain yang dikemukakan oleh pelanggan baik kepada pihak hotel maupun melalui media sosial. Berdasarkan hasil wawancara bahwa terdapat beberapa kekurangan seperti tidak disediakan sikat gigi dan pasta gigi, sinyal *wifi* kurang bagus, tidak tersedianya fasilitas tv kabel (hanya *channel* tv lokal dengan gambarnya tidak jelas), ac kamar kurang dingin serta kekecewaan atas respon dari karyawan hotel ketika mendapat keluhan. Peningkatan kepuasan konsumen dapat memanfaatkan kualitas layanan, di mana kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan konsumen (Tjiptono, 2017).

### TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Pemasaran merupakan kegiatan organisasi dalam mengkomunikasikan baik produk maupun jasanya, menciptakan *value* bagi pelanggan, memberikan *value* kepada pelanggan serta membangun *relationship* dengan konsumen bertujuan mendapatkan kelebihan bagi perusahaan dan pengurusnya (Kotler & Keller, 2016).

Tjiptono & Chandra (2018) mendefinisikan layanan dari dua faktor utama. operasi layanan yang tidak terlihat atau tidak diketahui pelanggan (back office atau di belakang layar) dan penyampaian layanan yang terlihat dan diketahui pelanggan. Kualitas pelayanan dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Kotler & Keller (2016) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah karakteristik produk atau layanan yang memiliki kelebihan dalam memberikan memuaskan kebutuhan baik secara nyata maupun tersirat. Penelitian ini mengadopsi penelitian (Nunkoo et al., 2019) skala holistik untuk mengukur kualitas pelayanan di bidang hotel, yaitu *Scale of Service Quality in Hotels* (SSQH). Yang terdiri dari dimensi kualitas layanan yaitu a) infrastruktur akomodasi; b) kualitas kamar; c) meja depan; d) kualitas makanan dan minuman; e) keramahan; f) keselamatan dan keamanan; g) sikap dan perilaku karyawan; h) keahlian karyawan; i) interaksi pelanggan; j) waktu tunggu, yang diartikan sebagai berikut.

- a)Infrastruktur akomodasi meliputi fasilitas lingkungan fisik, kesesuaian dekorasi dan desain hotel.
- b)Kualitas kamar, kelengkapan ruangan kamar seperti AC, televisi, ukuran kamar.
- c)Kualitas meja depan, layanan *front office* dalam menginformasikan fasilitas kamar dan prosedur jam masuk dan jam keluar hotel.
- d)Kualitas makanan dan minuman. Tersedia makanan dan minuman standar hotel yang berkualitas tinggi dan bergizi.
- e)Keramahan, adanya interaksi sosial, perasaan memiliki
- f) Keselamatan dan keamanan, adanya pintu darurat, lokasi hotel di daerah aman, pintu kamar memiliki fitur keamanan.
- g)Sikap dan perilaku karyawan yang menunjukkan karyawan yang siap membantu, memahami kebutuhan tamu dan menunjukkan sikap kepercayaan pada tamu.
- h)Keahlian karyawan. Karyawan memiliki kemampuan teknis dalam membantu memudahkan kebutuhan tamu.

- i) Interaksi ke pelanggan, yaitu melakukan interaksi dengan memberikan kesan yang baik.
- j) Waktu tunggu, pihak hotel dapat dengan cepat memenuhi permintaan tamu, meminimalkan waktu tunggu.

Untuk meningkatkan kualitas layanan, perusahaan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas penting.

Menurut Tjiptono (2017) kepuasan pelanggan merupakan rasa perasaan yang timbul setelah memadukan kinerja dengan harapan. Menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan rasa nyaman atau tidak nyaman individu pada produk yang dibeli ataupun jasa yang dipakai. Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dan yang diharapkan (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018).

Dimensi Kepuasan Pelanggan yang diadopsi dalam Jurnal Nunkoo et al.(2019) kepuasan pelanggan memiliki beberapa dimensi, yaitu:

- a) Puas dengan kinerja hotel secara keseluruhan
- b) Kinerja akomodasi memenuhi harapan
- c) Akomodasi sesuai dengan kebutuhan

Penelitian ini memodifikasi penelitian yang dilakukan Nunkoo et al. (2019)

*Gambar 1.* Kerangka Pemikiran

Hipotesis penelitian ini yaitu:

- Ha1. Kualitas infrastruktur akomodasi mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.
- Ha2. Kualitas kamar berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Ha3. Kualitas meja depan (*front office*) mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.
- Ha4. Kualitas makanan dan minuman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Ha5. Keramahan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.
- Ha6. Keselamatan dan keamanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.
- Ha7. Sikap dan perilaku karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Ha8. Keahlian karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.
- Ha9. Interaksi pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.
- Ha10. Waktu tunggu mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

Ha. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan operasional variabel yang mengacu pada jurnal Nunkoo et al. (2019).

Tabel 2. Operasional Variabel

Pelanggan yang melakukan kunjungan ke Hotel Tebu Bandung merupakan populasi penelitian ini. Mengingat jumlah populasi tidak teridentifikasi dilakukanlah pengambilan sampel (Sugiyono, 2018) menggunakan rumus Bernoulli sebagai berikut: Jumlah sampel minimum ditentukan melalui rumus Bernoulli,

$$N \geq \frac{(Z\alpha - 1)^{2.p.q}}{e^2}$$

Dimana :

- N = jumlah sampel minimum
- $\alpha$  = tingkat keyakinan (95%)
- Z ( $\alpha/2$ ) = nilai distribusi normal (1,96)
- e = tingkat kesalahan (5%)
- p = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar
- q = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah

Diasumsikan p = 50% sehingga q = 50% untuk keakuratan data, kemudian nilai Z = 1,96 dengan tingkat kekeliruan sebesar 1%. Berikut perhitungannya:

Diketahui:

- Z ( $\alpha/2$ ) = 1,96
- e = 10% (0,1)
- p = 50% (0,5)
- q = 50% (0,5)

$$N \geq \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,05)}{0,1^2}$$

N ≥ 96,04 responden atau N ≥ 96

Rumus Bernoulli dipakai untuk menentukan jumlah ukuran sampel minimum yang diperlukan:

$$N \geq \frac{(Z\alpha/2)^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$N \geq \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,05}{0,05^2} \geq 30,12 \approx 30 \text{ responden}$$

Proporsi kuesioner yang dikira benar (p) diambil 98% sedangkan nilai e ditetapkan 5% serta nilai q ditentukan 2%. Bersumber pada perhitungan memakai rumus Bernoulli maka kuesioner sesi I hendak diberikan ke 30 responden kemudian hasil dari kuesioner tersebut hendak dicoba buat uji validitas serta reliabilitas.

1. Kuesioner disebarakan melalui dua cara yaitu berupa *hardcopy* yang disebarakan langsung kepada pelanggan hotel yang datang yang disebarakan pada 30 responden dan penyebaran dilakukan selama 7 hari.

2. Penyebaran sesi 2 menggunakan format dari *google form* kepada 96 orang pelanggan.

Uji validitas merupakan ukuran valid tidaknya suatu kuesioner dengan nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa reliabel hasil pengukuran, yaitu seberapa bebas dari kesalahan pengukuran evaluasi hasil pengukuran. Selanjutnya Indrawati (2015) menunjukkan bahwa reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan metode Alpha Cronbach.

Analisis deskriptif adalah pendeskripsikan data yang tidak bertujuan untuk menyimpulkan secara umum Sugiyono (2018). Teknik analisis deskriptif dipakai dalam melakukan deskripsi terhadap variabel kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan, melalui pengukuran memakai kuesioner. Persepsi responden terhadap variabel penelitian dapat diketahui dengan melakukan pengukuran dari jawaban yang diberikan responden dalam kuesioner. Interval Kategori Jawaban Responden dapat ditinjau pada Tabel berikut.

*Tabel 3.* Interval Kategori Jawaban Responden

Dalam penelitian ini teknik analisis data terdiri dari pengujian hipotesis klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis simultan, dan pengujian hipotesis parsial. Uji hipotesis klasik memerlukan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji-t dan uji-F, uji statistik, diinterpretasikan dalam bentuk parameter populasi dan memerlukan uji normalitas data. Uji tersebut dapat dipakai menggunakan uji grafik ataupun uji statistik (Indrawati, 2015). Untuk uji grafik dilakukan dengan melihat normal probabilitas plot. Menurut Ghozali (2017) uji multikolinearitas diterapkan menguji apakah model regresi telah mendeteksi korelasi antara variabel independen. Menurut Indrawati (2015), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat ada tidaknya pertidaksamaan variabel-variabel dalam suatu model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Menurut (Indrawan & Yaniawati, 2014) regresi berganda adalah satu variabel metrik dependen yang diduga oleh beberapa variabel metrik independen. Salah satu situasi penggunaan analisis regresi linier berganda ini ada menguji dan menjelaskan teori kausal. Persamaan regresi linier berganda adalah: (Ghozali, 2017:96):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Berikut persamaan regresi linier penelitian ini:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \beta X_7 + \beta X_8 + \beta X_9 + \beta X_{10} + e$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = Kepuasan pelanggan
- X1 = Kualitas infrastruktur akomodasi
- X2 = Kualitas kamar
- X3 = Kualitas meja depan
- X4 = Kualitas makanan dan minuman
- X5 = Keramahan
- X6 = Keselamatan dan keamanan
- X7 = Sikap dan perilaku karyawan
- X8 = Keahlian karyawan
- X9 = Interaksi pelanggan
- X10 = Waktu tunggu

Menurut Ghozali (2017), uji koefisien determinasi dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinilai dengan besarnya nilai R. Menurut Ghozali (2017), rumus koefisien determinasi adalah:

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

dimana KD menunjukkan nilai koefisien determinasi dan R menunjukkan nilai koefisien korelasinya.

Uji regresi simultan (Uji F) berguna untuk menunjukkan apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2017). Berikut hipotesis yang diajukan dalam pengujian ini:

H0:  $b_1 \leq b_2 \leq \dots \leq b_k \leq 0$  Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan.

Ha:  $b_1 > b_2 > \dots > b_k > 0$  Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan

Uji-F biasanya dilakukan pada tingkat kepercayaan 5% dengan membandingkan statistik uji-F dengan titik-titik kritis yang ditunjukkan pada Tabel F. Jika nilai statistik uji-F hitung > pada F-tabel, maka hipotesis alternatif diterima. Menurut Ghozali (2017):

98) Uji statistik t dilakukan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hipotesis yang ada:

H<sub>0</sub>:  $b_i \leq 0$  Artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

H<sub>a</sub>:  $b_i > 0$  Artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji-t biasanya dilakukan pada tingkat kepercayaan 5% dengan membandingkan statistik uji-t dengan titik-titik kritis menurut tabel-t. Jika nilai statistik uji-t hitung lebih tinggi dari nilai t-tabel, maka hipotesis alternatif diterima.

### HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Responden pelanggan Hotel Tebu pada penelitian ini didominasi oleh pria karyawan swasta yang pernah menginap sekali berusia 31-40 tahun berpendidikan terakhir sarjana dengan penghasilan > Rp 5.100.000 per bulan.

#### Uji Validitas

Seluruh korelasi item dengan total item dari kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan di atas nilai r tabel = 0,168 sehingga seluruh item pada kedua instrumen dapat dikatakan valid, sebagaimana diperlihatkan di bawah ini.

*Tabel 4.* Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas dari Kualitas Pelayanan

#### Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas Cronbach yang diperoleh dari kualitas pelayanan sebesar 0,980, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,808. Kedua angka koefisien reliabilitas mempunyai nilai di atas 0,60, maka uji reliabilitas terhadap pernyataan dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

*Tabel 5.* Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

#### Uji Normalitas

*Gambar 2.* Normalitas Data

Ini menunjukkan titik-titik yang didistribusikan di sekitar diagonal dan sepanjang arah diagonal kita katakan bahwa kondisinya terpenuhi untuk pengujian lebih lanjut.

#### Uji Multikolinieritas

*Tabel 6.* Uji Multikolinieritas



Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh nilai  $VIF < 10 > 0,1$  maka dapat dikatakan data penelitian bebas dari multikolinearitas.

### Uji Heterokedastisitas

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas

Menunjukkan pola menyebar tidak jelas

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Output SPSS 25.0 Persamaan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan output di atas maka:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \beta X_7 + \beta X_8 + \beta X_9 + \beta X_{10} + e$$
$$Y = 4,066 + 0,400X_1 + 0,119X_2 + 0,239X_3 - 0,157X_4 - 0,074X_5 - 0,012X_6 - 1,105X_7 + 0,127X_8 - 0,009X_9 + 0,990X_{10}$$

Berikut keterangannya:

1. Nilai konstanta adalah 4,066 dan mempunyai tanda positif yang berarti jika kualitas pelayanan tidak berubah atau sama dengan 0, kepuasan pelanggan meningkat 4,066 semakin tinggi kualitas layanan yang Anda berikan, semakin tinggi kepuasan pelanggan.
2. Nilai kualitas akomodasi adalah 0,400 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat dengan faktor 0,400 ketika kualitas akomodasi meningkat sebesar 1 unit dan variabel lainnya tetap konstan. Hal ini menunjukkan apabila kualitas infrastruktur akomodasi pada Hotel Tebu ditingkatkan maka kepuasan pelanggan meningkat.
3. Skor kualitas kamar adalah 0,119 dengan tanda positif, yang menunjukkan bahwa kualitas kamar yang lebih baik meningkatkan kebahagiaan sebesar 0,119. Jadi, sementara peningkatan kualitas kamar akan meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini perlu ditingkatkan sejalan dengan keluhan bahwa kamar kurang kedap suara dan dapat mengganggu tamu.
4. Nilai kualitas meja depan adalah 0,239 dan memiliki tanda positif yang mengindikasikan jika kualitas meja depan ditingkatkan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,239 kali. Layanan meja depan atau front office jika ditingkatkan akan meningkatkan kepuasan konsumen, hal ini karena meja depan sebagai layanan terdepan sehingga dituntut untuk memiliki pengetahuan, selalu sopan dan ramah terhadap tamu yang datang.

5. Nilai kualitas makanan dan minuman sebesar 0,157 dan bertanda negatif yang menunjukkan apabila kualitas makanan dan minuman diturunkan maka kualitas pelayanan akan menurun 0,157 kali. Hal ini sesuai dengan keluhan di latar belakang bahwa menu kurang lengkap dan kualitas makanan biasa saja, dengan kualitas makanan dan minuman perlu ditingkatkan.
6. Nilai keramahan adalah 0,074 dan memiliki tanda negatif yang menunjukkan jika keramahan diturunkan, kepuasan pun mengalami penurunan 0,074 kali. Menurunnya tingkat keramahan sesuai dengan beberapa keluhan konsumen di latar belakang, dengan demikian jika keramahan karyawan hotel ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
7. Nilai keselamatan dan keamanan sebesar 0,012 dan bertanda negatif yang menunjukkan apabila keselamatan dan keamanan diturunkan maka kepuasan akan menurun sebesar 0,012 kali. Keselamatan dan keamanan konsumen menjadi perhatian penting bagi hotel, untuk itu fasilitas keselamatan dan keamanan jika ditingkatkan akan memberikan kepuasan bagi konsumen.
8. Nilai sikap dan perilaku karyawan sebesar 1,105 dan bertanda negatif yang menunjukkan apabila sikap dan perilaku karyawan diturunkan maka kepuasan akan menurun sebesar 1,105 kali. Sikap dan perilaku karyawan hotel sangat perlu diperhatikan untuk menunjukkan sikap yang ramah sopan dan santun kepada setiap pengunjung, maka jika sikap dan perilaku karyawan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen hotel.
9. Nilai keahlian karyawan sebesar 0,127 dan bertanda positif yang menunjukkan apabila keahlian karyawan ditingkatkan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,127 kali. Karyawan agar tetap memanfaatkan keahliannya baik untuk perusahaan maupun pada konsumen sehingga akan memudahkan konsumen apabila diperlukan dengan demikian jika keahlian karyawan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
10. Nilai interaksi pelanggan sebesar 0,009 dan bertanda negatif yang menunjukkan apabila interaksi pelanggan diturunkan maka kepuasan akan menurun sebesar 0,009 kali. Interaksi pelanggan hotel dinilai kurang karena hal ini umumnya pelanggan akan berinteraksi apabila membutuhkan karyawan hotel sehingga bernilai negatif, walau

demikian jika interaksi pelanggan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan yang diberikan karyawan hotel.

11. Nilai waktu tunggu adalah 0,990 dan bertanda positif, menunjukkan bahwa waktu tunggu yang lebih lama meningkatkan kebahagiaan dengan faktor 0,990. Hal ini menunjukkan bahwa waktu tunggu yang singkat meningkatkan kepuasan pelanggan. Latensi adalah salah satu yang paling membutuhkan perbaikan. Sambil menunggu pengunjung menerima soft drink sebagai welcome drink, waktu tunggu memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen jika waktu tunggu terbatas. Jadi, jika terjadi peningkatan ataupun penurunan pada kualitas pelayanan maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pada pelanggan Hotel Tebu.

### Koefisien Determinasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai  $R\ square = 0,313$  atau 31,1%, sementara 69,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak terukur.

### Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hipotesis:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X) dengan terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan.

$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ : Ada pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan.

Kriteria pengujiannya adalah:

- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dilakukan penerimaan  $H_0$  dan penolakan  $H_a$ .
- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dilakukan penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_a$ .

Tabel 9. Hasil Uji F

Mengacu pada hasil perhitungan  $F_{hitung}$  SPSS,  $F_{hitung} = 9,203$ . Kemudian, dengan 10 pembilang dan 85 derajat kebebasan penyebut = 0,05, kita mendapatkan nilai  $f_{table} 1,94$ . Oleh karena itu  $F_{hitung}(9,203) > F_{tabel}(1,94)$ , menyebabkan penerimaan  $H_a$  dan penolakan  $H_0$ . Artinya kesepuluh dimensi kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu (Y).

Gambar 4. Wilayah  $H_0$  Diterima dan Ditolak (Uji F)

### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hipotesis

$H_0 : b_1 \leq 0 =$  Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu

$H_a : b_2 > 0 =$  Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu

Lalu dilakukan perbandingan antara nilai dari  $t$  hitung dengan  $t$  tabel dengan kriteria pengujiannya yaitu:

Bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel} \rightarrow$  Lakukan penerimaan  $H_0$  dan penolakan  $H_1$ , artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Bila  $t_{hitung} > t_{tabel} \rightarrow$  Lakukan penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_1$ , artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Derajat kesalahan ( $\alpha$ ) yang dipakai yaitu 5%, sehingga didapat nilai  $t$  tabel (94;0,05) = 1,661

*Tabel 10.* Hasil Uji Hipotesis

### **Diskusi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial, kecuali dimensi keramahan, keamanan, dan kenyamanan yang hasilnya dibuang. Keramahan karyawan di lingkungan hotel sangat diperlukan dalam memberikan pelayanan kepada tamu Hotel. Jika pegawai ramah maka akan mendapatkan penilaian yang baik tamu, karena orang akan menyukai hotel jika terdapat karyawan-karyawan yang ramah. Selain ramah karyawan yang sopan dan santun pada tamu hotel akan memberikan respon positif dari tamu hotel sehingga akan memberikan rekomendasi bahkan melakukan kunjungan kembali. Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan kualitas infrastruktur akomodasi pada pelanggan Hotel Tebu tergolong kategori baik dengan nilai rata-rata 68,68%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas infrastruktur akomodasi masih perlu ditingkatkan. Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh kualitas infrastruktur akomodasi terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 6,261 sedangkan  $t$  tabel sebesar 1,661.

Hasil analisis deskriptif kualitas kamar menunjukkan bahwa kualitas kamar pada Hotel Tebu dikatakan cukup baik, hal ini dilihat dari nilai rata-rata sebesar 67,14% yang berada pada interval 52% - 68% artinya cukup baik sedangkan hasil uji hipotesis nilai  $t_{hitung} = 5,441 > t_{tabel} = 1,661$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang artinya ada

pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan untuk dimensi kalitas kamar terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis deskriptif kualitas pelayanan untuk meja depan di Tebu Hotel dikatakan sangat baik. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata sebesar 67,57%. Ini berada di kisaran lebih dari 52%. Itu sangat baik. Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung = 7,627 > ttabel = 1,661(94;0,05), yaitu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ . Hal ini membuktikan bahwa kualitas penerimaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan makanan dan minuman di Tebu Hotel dikatakan sangat baik. Dengan skor rata-rata 65,21%, berkisar antara 52% hingga 68%, sangat baik tetapi perlu ditingkatkan. Uji hipotesis menunjukkan bahwa thitung 5,999 > ttabel 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan makanan dan minuman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Hospitality Index Hotel Tebu memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik, dibuktikan dengan skor rata-rata 65,27% dengan kisaran 52-68%. Cukup bagus. Hasil uji hipotesis memprediksi kualitas pelayanan untuk dimensi perhotelan, namun thitung <1> ttabel adalah 1,661. Hal ini menunjukkan pengaruh sikap dan perilaku karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis deskriptif kualitas pelayanan untuk indikator kompetensi pegawai di Hotel Tebu disebut baik. Hal ini sangat baik terlihat dari rerata sebesar 67,71% yang berkisar antara 52% sampai dengan 68%, namun hasil uji hipotesis thitung 5,438 > ttabel 1,661 maka hipotesis diterima.

Analisis Deskriptif Interaksi Pelanggan Tebu Hotel dilaporkan cukup baik dibuktikan dengan skor rata-rata 67,92% (berkisar dari 52% hingga 68%). Ini berarti cukup bagus. Sedangkan nilai thitung 3,647 > ttabel 1,661, maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Kualitas pelayanan untuk indikator waktu tunggu Hotel Tebu dinilai sangat baik, dengan rata-rata 66,18% (berkisar 52% sampai 68%).

Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai quality of service versus latency untuk dimensi thitung 7,483 > ttabel 1,661 menunjukkan adanya pengaruh latency terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 10 dimensi kualitas pelayanan (X) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu (Y), dengan nilai

Fhitung sebesar 9,203 dan nilai Ftabel sebesar 1,94. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dibayangkan dengan kinerja yang diharapkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah di Hotel Tebu infrastruktur akomodasi mempengaruhi kepuasan pelanggan, di Hotel Tebu kualitas kamar mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan di Hotel Tebu kualitas keramahan mempengaruhi kepuasan pelanggan. makanan dan minuman mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan keramahan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel Tebu. Keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu, Keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu, Interaksi sikap dan perilaku berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tebu, Keahlian Karyawan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Tebu, Interaksi Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Tebu , Waktu Tunggu Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Tebu, Kualitas Pelayanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan hotel.

### Saran

Saran praktis pada penelitian ini adalah:

- a. Skor waktu tunggu berdasarkan hasil regresi mendapat skor tertinggi, jadi Hotel Tebu harus menjaga waktu tunggu sejauh ini seperti menyediakan minuman selamat datang. Hotel lain biasanya menyediakan kamar mandi juga, tetapi tamu menunggu waktu check-in. Izinkan karyawan untuk benar-benar menjadwalkan waktu maksimum dengan tenggat waktu seperti maksimal 10 menit saat memenuhi tugasnya untuk menyediakan waktu tunggu hotel sehingga karyawan dapat melakukan layanan dengan cepat. Waktu tunggu konsumen untuk suatu layanan sesuai dengan teori Davis & Heineke (2015) yang merepresentasikan interaksi pertama antara konsumen dan penyedia layanan. Seorang karyawan hotel kemudian ditempatkan di setiap lantai dan dapat melakukan pemeriksaan kamar cepat mengikuti instruksi meja depan. Batasi keterlambatan check-out untuk tamu hotel.
- b. Karyawan hotel dapat meningkatkan kembali sikap dan perilaku yang ramah dan sopan kepada setiap pengunjung, karena sikap ini menjadi salah penilaian dari

kepuasan pengunjung hotel dan menjadi satu kunci pada kinerja hotel, dengan demikian sikap dan perilaku yang ramah dan sopan pada tamu harus dijadikan kebiasaan sebagai bagian dari pekerjaan karyawan. Hal ini sejalan dengan teori Tjiptono (2015) bahwa kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen dapat dipengaruhi faktor internal yang relatif terkendali seperti karyawan yang kasar, lambat dalam memberikan pelayanan, serta adanya kesalahan dalam pencatatan transaksi.

- c. Nilai kualitas infrastruktur akomodasi dapat ditingkatkan dengan menambah menempatkan meja kecil dan kursi dan kulkas kecil. Sehingga akan memberikan kesan yang menarik, selain itu ketersediaan sajadah di lemari, karena fasilitas ini hampir jarang ditemui di hotel hotel. hal ini sejalan dengan teori Tjiptono & Chandra (2018) infrastruktur mengacu pada sumber daya fisik, seperti bangunan atau jalan, yang sudah ada sebelum layanan dapat ditawarkan kepada konsumen.
- d. Kamar menjadi salah satu prioritas tujuan pengunjung, kualitas kamar perlu diperhatikan dengan ditingkatkannya kebersihan ruangan kamar, toilet serta menghilangkan bau yang tidak sedap, keran dan pintu yang berfungsi dengan baik karena sesuai dengan teori Tjiptono, (2015) bahwa hotel sebagai penyedia jasa akomodasi harus dapat memastikan kualitas produk yang ditawarkan selalu dalam kondisi baik, karena hal ini merupakan bagian penting dari kepuasan pelanggan.
- e. Layanan meja depan atau front office apabila ditingkatkan lebih baik lagi akan memberikan nilai positif pada kepuasan konsumen, bagian meja depan perlu menunjukkan kesiapannya dalam membantu pengunjung baik informasi yang diberikan maupun kesiapan membantu apabila dibutuhkan. Selain itu bagian meja depan selalu sopan dan ramah terhadap tamu yang datang. Hal ini sejalan dengan teori menurut Soenarno (2018:2) bahwa *front office* adalah layanan untuk mengelola pelanggan yang menggunakan kamar, mulai dari pemesanan, penyambutan tamu (*front office*), tamu yang masuk (*check in*) hingga saat tamu keluar dari hotel (*check out*).

Sedangkan saran teoritis pada penelitian ini adalah:

- a. Mengembangkan penelitian dengan pada dimensi lain yang tidak terdapat pada penelitian ini, karena sesuai dengan hasil pengujian R-Square menunjukan sebesar 69,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- b. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat merujuk teori atau jurnal lain selain dimensi SERVQUAL dan Scale of Service Quality in Hotels (SSQH). Seperti dari (Dabhokar & Rentz, 1996) mengajukan dimensi ukuran kualitas jasa pada bisnis ritel yang meliputi *physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving* dan *policy* yang merupakan kombinasi dari literatur ritel dan SERVQUAL. Selain jurnal (Brady & Cronin, 2001) yaitu dengan menggunakan pendekatan hierarki (*Hierarchical Approach*). Dengan demikian dalam penilaian kualitas akan memberikan keragaman dimensi dalam menelaah kepuasan pelanggan.
- c. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai acuan apabila menggunakan variabel yang sama tetapi dengan objek yang berbeda, mengingat banyak keragaman layanan jasa yang diberikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). 20 Wisata Bandung Paling Hits yang Wajib Dikunjungi, Jangan Sampai Ketinggalan. <https://Hot.Liputan6.Com>.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Jawa Barat September 2019 sebesar 47,57 persen*. <https://Jabar.Bps.Go.Id> Diakses Tanggal 8/11/2011 Pukul 19.43.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65, pages 34-39.
- Dabhokar, & Rentz, J. . (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol 24 (1), pp 3 – 16.
- Davis, M. M., & Heineke, J. (2015). *Operations Management: Integrating Manufacturing and Services*. McGraw-Hill.
- Dharma, C. (2013). Hubungan antara Turnover Intention dengan Komitmen Organisasional di PT. X Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan*, Vol 1 No 2, 1–9.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi. UNDIP.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *Metodologi Penelitian*. PT Refika Adiatama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Global Edi). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran*. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (12th ed., Vol. 1, Issue 2). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education inc Publishing as Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Erlangga.



Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Christian, M. R., & Sunnahsee., V. (2019). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, *www.elsevi*.

Soenarno, A. (2018). *Front Office Management*. Andy Offset.

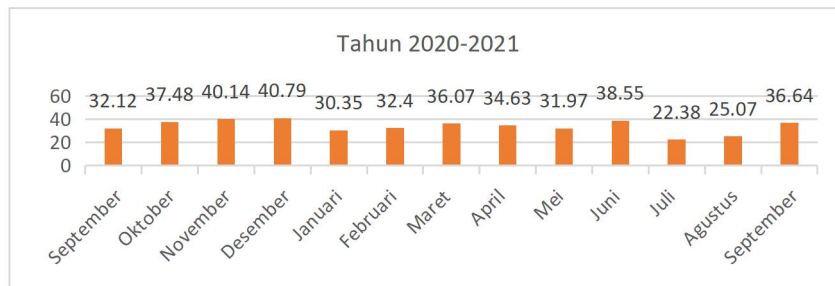
Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis R & D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Andy Offset.

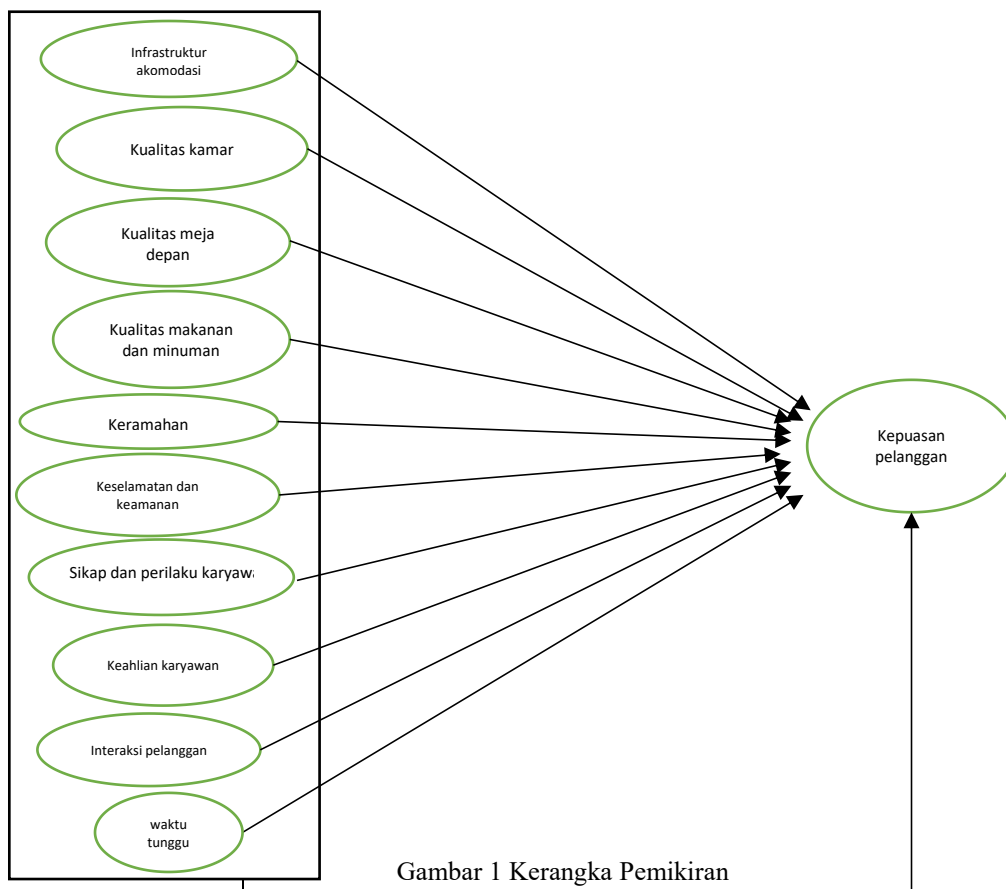
Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.

Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 2(1), 106-128.

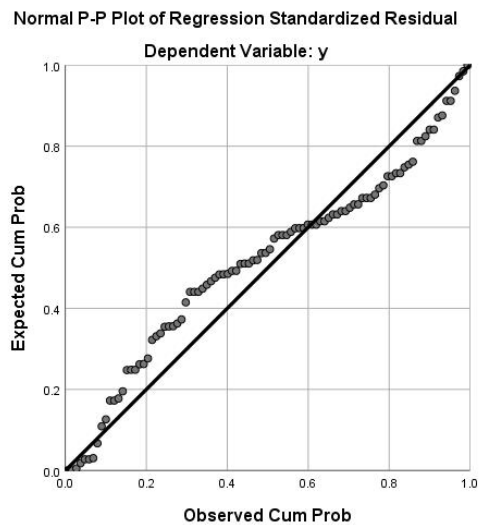
**GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL**



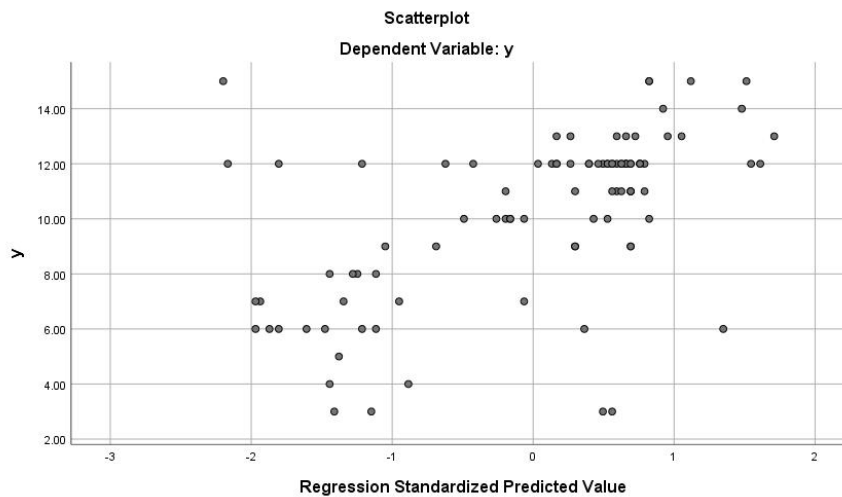
Grafik 1 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Klasifikasi Bintang 2020-2021  
 Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021



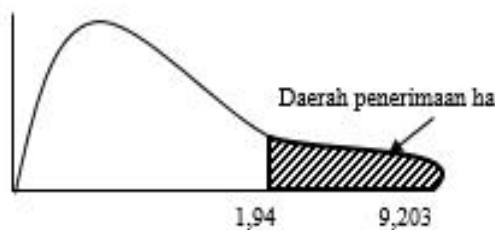
Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Gambar 2 Normalitas Data



Gambar 3 Uji Heterokedastisitas



Gambar 4 Wilayah Ho Diterima dan Ditotak (Uji F)

Tabel 1 Daftar Hotel Berbintang Tiga di Jalan Martadinata Bandung

Nama Hotel	Alamat	Harga
Serela Riau	Jl. Martadinata No 56.	Rp. 279,813 per malam (promo)
Hotel Dafam Rio	Jl. Martadinata No 160.	Rp. 292,836 per malam (promo)
Hotel Newton	Jl. Martadinata No 223.	Rp. 324.924 per malam (promo)
Hotel SubWow	Jl. Martadinata No 207.	Rp. 275.000 per malam (promo)
Hotel Riau	Jl. Martadinata No 191.	Rp. 350.000 per malam
Anggrek Shopping	Jl. Martadinata No 15.	Rp. 272.650 per malam

Tebu Hotel	Jl. Martadinata No 62.	Rp. 252.000 per malam
Kartika Hotel	Jl. Martadinata No 144.	Rp. 280.000 per malam
Amaris Hotel	Jl. Martadinata No 157.	Rp. 350.000 per malam

Sumber: Traveloka,2021

Tabel 2 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X) (Nunkoo et al., 2019)	Infrastruktur akomodasi	1. Gaya dekorasi sesuai dengan keinginan 2. Desain hotel menarik 3. Lingkungan fisik hotel sesuai harapan	Ordinal
	Kualitas kamar	4. Ukuran kamar hotel memadai 5. Tempat tidur nyaman 6. Kamar hotel tidak bising 7. Suhu udara dalam ruangan	Ordinal
	Meja depan	8. Prosedur <i>check-in</i> sesuai 9. Kesiadaan karyawan membawa barang 10. <i>Front office</i> memberikan kemudahan pelayanan	Ordinal
	Makanan dan minuman	11. Kualitas makanan dan minuman 12. Menu makanan bervariasi 13. Fasilitas layanan makanan dan minuman	Ordinal
	Keramahan	14. Karyawan mudah bergaul dengan pengunjung. 15. Adanya perasaan memiliki pada hotel. 16. Kemudahan berkomunikasi dengan pihak di hotel	Ordinal
	Keselamatan dan Keamanan	17. Ketersediaan pintu darurat apabila terjadi kebakaran. 18. Adanya sistem <i>sprinkler</i> 19. Hotel terletak di area yang aman 20. Pintu kamar memiliki fitur keamanan yang memadai	Ordinal
	Sikap dan Perilaku Karyawan	21. Karyawan menunjukkan sikap kesediaan untuk membantu pengunjung 22. Karyawan memahami kebutuhan pengunjung 23. Percaya pada perilaku karyawan dengan layanan yang diberikan	Ordinal
	Keahlian karyawan	24. Kemampuan karyawan dalam memenuhi keinginan pengunjung 25. Karyawan bertanggung jawab dengan pekerjaannya 26. Karyawan mampu menangani semua kebutuhan pengunjung 27. Karyawannya memiliki kemampuan yang memadai	Ordinal
	Interaksi pelanggan	28. Kesan terhadap perilaku pengunjung lain 29. Hubungan dengan pengunjung memberi kesan positif tentang layanan hotel.	Ordinal
	Waktu tunggu	30. Waktu tunggu untuk layanan hotel sesuai. 31. Karyawan memahami pentingnya waktu tunggu bagi pengunjung 32. Karyawan hotel berusaha meminimalkan waktu tunggu pengunjung.	Ordinal
Kepuasan pelanggan (Y) (Nunkoo et al., 2019)	Tetap setia pada produk atau produsen yang sama.	33. Pelanggan merasa puas dengan kinerja hotel secara keseluruhan 34. Kinerja hotel telah memenuhi harapan 35. Tingkat kepuasan pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan hotel	Ordinal

Tabel 3 Interval Kategori Jawaban Responden

No	Persentase	Klasifikasi
1	20% - 36%	Sangat tidak setuju
2	>36% - 52%	Tidak setuju
3	>52% - 68%	Netral
4	>68% - 84%	Setuju
5	>84% - 100%	Sangat setuju

Sumber: Sugiyono, 2018

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

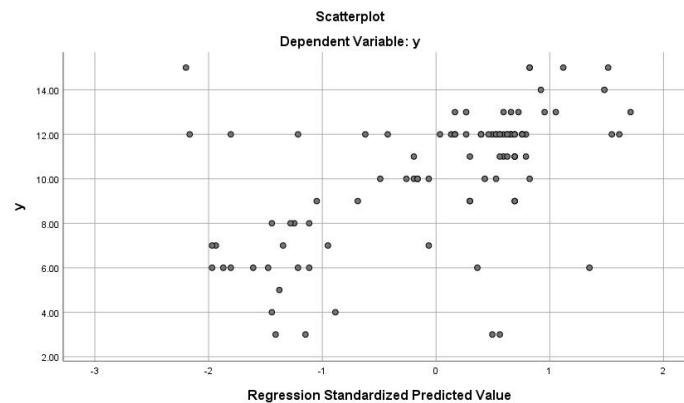
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
X	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Kualitas pelayanan (X)	0,980	32
2	Kepuasan pelanggan (Y)	0,808	3

Tabel 6 Uji Heterokedastisitas



Tabel 7 Output SPSS 25.0 Persamaan Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.066	1.387		2.931	.004
	X1	.400	.302	.416	1.325	.189
	X2	.119	.361	.177	.331	.742
	X3	.239	.157	.243	1.515	.133
	X4	-.157	.293	-.175	-.535	.594
	X5	-.074	.115	-.082	-.648	.519
	X6	-.012	.057	-.015	-.119	.905
	X7	-1.105	.473	-1.219	-2.336	.022
	X8	.127	.125	.132	1.017	.312
	X9	-.009	.232	-.006	-.039	.969
	X10	.990	.269	1.093	3.673	.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 8 Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 <sup>a</sup>	.313	.305	2.51610

a. Predictors: (Constant), X

Tabel 9 Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459.627	10	45.963	9.203	.000 <sup>b</sup>
	Residual	424.529	85	4.994		
	Total	884.156	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x10, x6, x8, x5, x9, x3, x1, x4, x7, x2

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis

Dimensi	T hitung	T tabel	Kesimpulan
Kualitas infrastruktur akomodasi	6,261	1,661	Diterima
Kualitas kamar	5,441	1,661	Diterima
Kualitas meja depan	7,627	1,661	Diterima
Kualitas makanan dan minuman	5,999	1,661	Diterima
Keramahan	1,372	1,661	Ditolak
Keselamatan dan keamanan	0,804	1,661	Ditolak
Sikap dan perilaku karyawan	5,105	1,661	Diterima
Keahlian karyawan	5,438	1,661	Diterima
Interaksi pelanggan	3,647	1,661	Diterima
Waktu tunggu	7,483	1,661	Diterima