



PEMAKALAH

Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SIANTAR HOTEL PEMATANG SIANTAR

Eko Brando Situmorang ^{1)*}, Efendi²⁾, Marisi Butarbutar³⁾, Edy Dharma⁴⁾

¹ Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*E-mail: ekobrando5@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui gambaran kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. 2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berjumlah 34 orang sekaligus dijadikan sebagai sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini disimpulkan sebagai berikut 1. Kepercayaan dan kualitas pelayanan sudah baik serta kepuasan Konsumen sudah puas. 2. Terdapat pengaruh positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial. 3. Terdapat hubungan yang kuat antara kepercayaan dan kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen. Tinggi rendahnya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan kualitas pelayanan. 4. Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purposes of this research are: 1. To determine the description of trust, service quality and customer satisfaction at Siantar Hotel Pematang Siantar. 2. To determine the influence of trust and service quality on customer satisfaction at Siantar Hotel Pematang Siantar either simultaneously or partially. This study uses library research design and field research. The population in this study were all consumers, totaling 34 people as well as being used as a sample. The type of data used in this research is qualitative and quantitative data. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection was carried out using questionnaires, interviews and documentation. The research instrument test used is validity test and reliability test. The data analysis technique used is normality test. Qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis. The results of this study are concluded as follows: 1. Trust and service quality are second satisfaction consumers are satisfied. 2. There is a positive influence between trust and service quality on customer satisfaction either simultaneously or partially. 3. There is moderately high correlation between trust and service quality with customer satisfaction. The level of customer satisfaction can be explained by trust and service quality. 4. The results of the hypothesis test stated that H_0 was rejected, meaning that there positive and significant influence between trust and service quality on customer satisfaction at Siantar Hotel Pematang Siantar either simultaneously or partially.

Keywords: Trust, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Siantar Hotel merupakan suatu usaha yang bergerak pada bidang pelayanan jasa penginapan. Siantar Hotel merupakan salah satu tempat penginapan yang layak untuk dikunjungi. Siantar Hotel berlokasi di Kota Pematang Siantar Jl. WR Supratman No 3 Dwikora. Kepuasan konsumen pada dasarnya penting karena kebutuhan, keinginan dan harapan pengguna jasa dapat terpenuhi melalui pelayanan jasa suatu hotel. Hal tersebut menyebabkan pentingnya menjaga tingkat kepuasan konsumen demi kelangsungan suatu bisnis hotel. Kepuasan konsumen diukur melalui beberapa aspek, seperti kualitas produk, Kepercayaan Konsumen, faktor emosional dan kemudahan.

Berdasarkan hasil wawancara melalui beberapa konsumen fenomena kepuasan konsumen Siantar Hotel dapat dilihat dari aspek Kepercayaan Konsumen yang ditawarkan oleh Siantar Hotel sering dianggap tidak sesuai melalui pelayanan yang diberikan oleh Siantar Hotel, sehingga membuat konsumen merasa pelayanan yang diberikan terkadang tidak sesuai melalui Kepercayaan Konsumen. Fenomena kepuasan konsumen juga dapat dilihat aspek faktor emosional yang belum optimal, dimana konsumen masih belum merasa bangga saat memakai produk dan pelayanan yang diberikan pihak Siantar Hotel.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kepercayaan. Hal ini sejalan melalui hasil penelitian (Sudirman *et al.*, 2019), yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Siantar Hotel, dapat dilihat dari aspek integritas, *benevolence*, *competency* dan *predictability*.

Berdasarkan hasil wawancara melalui beberapa konsumen fenomena kepercayaan konsumen Siantar Hotel dapat dilihat pada aspek integritas yang belum optimal dimana adanya beberapa karyawan Siantar Hotel belum mampu memberikan pelayanan yang baik mulai dari perilaku hingga rasa

kejujuran sehingga mengakibatkan rendahnya rasa kepercayaan konsumen pada Siantar Hotel. Pada aspek *competency* dimana pihak karyawan Siantar Hotel belum memiliki rasa perhatian yang lebih kepada konsumen yang sedang mengalami kendala.

Selain kepercayaan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Hal ini sejalan melalui penelitian (Eswika and Istiatin, 2015), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan Siantar Hotel dapat dilihat dari aspek kehandalan (*reliability*), keyakinan / jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), dan ketanggapan (*responsiveness*).

Berdasarkan hasil wawancara melalui beberapa konsumen fenomena kualitas pelayanan Siantar Hotel dapat dilihat pada aspek empati dimana karyawan belum mampu memberikan sikap peduli secara individual kepada konsumen yang mengalami kesulitan maupun keluhan. Pada aspek ketanggapan dimana karyawan Siantar Hotel dalam menanggapi / merespon konsumen yang sedang mengalami kesulitan belum optimal, pihak karyawan tidak memiliki respon yang cepat untuk membantu konsumen.

Sesuai melalui uraian latar belakang diatas, terlihat adanya ketidaksesuaian antara apa yang diharapkan melalui apa yang terjadi di lapangan mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel, sehingga penulis tertarik melakukan penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Manajemen

Menurut (Indartono, 2016), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, personalia, pengarahan, dan pengawasan anggota-anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Priansa, 2017) menyatakan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan

dari aktivitas bisnis yang dirancang guna merencanakan, menentukan Kepercayaan Konsumen, memKualitas Pelayanan dan mendistribusikan produk-produk yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini atau konsumen potensial.

Kepercayaan Konsumen

Menurut (Sangadji, Sopiah and Etta, 2013), kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Idrus, 2019), kualitas pelayanan adalah suatu pebobotan dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima (*perceived services*) melalui tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expected services*).

Kepuasan konsumen

Menurut (Daga, 2017), kepuasan konsumen adalah label yang dipakai oleh konsumen guna mempersingkat suatu kumpulan aksi atau tindakan yang terlihat, berkenaan melalui produk atau jasa.

Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sudirman *et al.*, 2019), menunjukkan hasil bahwa kepercayaan konsumen (*consumer beliefs*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu guna selalu meyakinkan konsumen, penyedia jasa wajib menciptakan pelayanan yang terkait melalui konsumen, supaya konsumen mau dan yakin dalam memberikan rasa percaya mereka kepada perusahaan terhadap apa yang sudah mereka bayar agar sesuai melalui apa yang mereka harapkan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Eswika and Istiatin, 2015), menunjukkan bahwa ada keterkaitan antara variabel dan pengaruh positif antara kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yaitu ketika seseorang konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan dari penyedia jasa tersebut.

Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yayan and Andryana, 2021), menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian di atas, penulis menyimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE

Tempat penelitian yang dilakukan di Siantar Hotel yang beralamat di Jln. W.R.Supratman No.3 Kota Pematang Siantar Provinsi Sumatera Utara. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen rata-rata yang menggunakan jasa atau produk Siantar Hotel Pematang Siantar dalam kurun waktu dua hari pada hari *weekend* sabtu dan minggu yaitu sebanyak 34 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil data yang diperoleh penulis dari lapangan dia alisis secara deskriptif kualitatif serta deskriptif kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Melalui menggunakan rumus berikut, kelas interval memiliki taraf untuk menentukan bobot rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 1
Bobot Interval dan Kategori Taraf Respon Responden

Bobot Interval	Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen
4,21 – 5,00	Sangat Baik (SB)
3,41 – 4,20	Baik (B)
2,61 – 3,40	Cukup Baik (CB)
1,81 – 2,60	Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Gambaran Kepercayaan

Pada aspek integritas pada parameter kejujuran kepada konsumen berada pada rata-rata 3,24 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan karyawan kurang memiliki rasa jujur saat melayani konsumen. Parameter kemampuan terhadap konsumen berada pada rata-rata 3,84 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan sudah memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen saat memberikan bantuan. Parameter perilaku terhadap konsumen berada pada rata-rata 3,32 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan kurangnya arahan dan nasehat dari atasan untuk memberi sanksi kepada karyawan yang tidak memiliki perilaku yang baik kepada konsumen.

Pada aspek *benevolence* pada parameter perhatian berada pada rata-rata 3,47 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan memiliki sikap rasa perhatian kepada konsumen yang membutuhkan bantuan. Pada parameter motivasi berada pada rata-rata 3,50 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan karyawan diberi motivasi oleh atasan untuk menjadi karyawan yang lebih baik dalam melayani konsumen. Parameter kepentingan berada pada rata-rata 3,91 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan mampu mengutamakan kepentingan konsumen saat butuh bantuan.

Pada aspek *competency* pada parameter kebutuhan berada pada rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan kurangnya perhatian karyawan kepada konsumen yang sedang mengalami kendala/masalah. Pada parameter transaksi berada pada rata-rata 3,29 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan pengalaman saat melakukan transaksi yang kurang cepat. Pada parameter keamanan berada pada rata-rata 3,94 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan pihak hotel sudah memberikan pengamanan yang baik mulai dari CCTV dan satpam.

Pada aspek *predictability* pada parameter konsistensi berada pada rata-rata 3,59 melalui taraf respon baik. Hal ini

dikarenakan pihak hotel selalu mengevaluasi setiap masalah dan solusi untuk kelanjutan bisnis jangka panjang melalui pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Pada parameter kepastian berada pada rata-rata 4,12 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan pihak hotel mampu memastikan bahwa karyawan memberikan pelayanan yang baik dan keamanan yang bagus. Pada parameter risiko berada pada rata-rata 4,06 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan karyawan dan pihak hotel mampu memprediksi dan mengevaluasi risiko yang akan terjadi, yang sesuai melalui target pihak hotel.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa bobot rata-rata kepercayaan pada Siantar Hotel Pematang Siantar berada pada bobot rata-rata 3,60 melalui taraf respon baik. Kemudian bobot rata-rata tertinggi 4,12 melalui taraf respon baik berada pada aspek *predictability* melalui parameter rasa kepastian yang diberikan pihak hotel. Sedangkan bobot rata-rata terendah sebesar 3,24 melalui taraf respon cukup baik pada aspek integritas pada parameter rasa kejujuran karyawan.

Gambaran Kualitas Pelayanan

Pada aspek kehandalan pada parameter kemampuan berada pada rata-rata 3,88 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen sudah sesuai melalui standar pelayanan yang ada. Pada parameter pelayanan berada pada rata-rata 4,06 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan mampu diandalkan dalam melakukan pelayanan yang ada. Pada parameter tepat waktu berada pada rata-rata 3,53 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan mampu tepat waktu dalam melayani panggilan konsumen.

Aspek keyakinan pada parameter pengetahuan berada pada rata-rata 3,77 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan memiliki pengetahuan tentang bagaimana melayani konsumen melalui cara yang baik dan benar. Pada parameter kesopanan berada pada

rataan 3,82 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan sudah mampu melakukan pelayanan yang baik pada saat melayani konsumen. Pada parameter sifat berada pada rata-rata 3,82 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan sudah mampu melakukan pelayanan melalui sifat/perilaku yang sesuai melalui standar hotel.

Aspek empati pada parameter memahami berada pada rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan kurangnya sikap peduli secara individual karyawan dalam memahami keperluan konsumen. Pada parameter komunikasi berada pada rata-rata 3,35 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan dalam melakukan komunikasi kepada konsumen kurang lancar atau sering merasa gugup dalam melayani konsumen. Pada parameter perhatian berada pada rata-rata 3,74 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan sudah mampu memberikan perhatian secara pribadi terhadap keperluan konsumen.

Aspek Bukti Fisik pada parameter fasilitas berada pada rata-rata 3,68 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan fasilitas yang diberikan pihak hotel sudah sangat bagus dan layak dan juga lengkap. Pada parameter perlengkapan berada pada rata-rata 3,88 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan kelengkapan hotel sudah sangat mumpuni. Pada parameter sarana komunikasi berada pada rata-rata 4,06 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan sarana komunikasi yang dimiliki pihak hotel sesuai dan lengkap melalui standar hotel yang ada.

Aspek ketanggapan pada parameter membantu berada pada rata-rata 3,35 melalui kriteria respon cukup baik. Hal ini dikarenakan adanya beberapa karyawan yang belum mampu memberikan pelayanan yang sesuai melalui standar pelayanan hotel biasanya. Pada parameter persediaan berada pada rata-rata 3,82 melalui taraf respon baik. Hal ini dikarenakan persediaan pada bagian perlengkapan sudah sangat mumpuni dan bisa dikatakan layak dipakai. Pada

parameter kebaikan berada pada rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dikarenakan adanya beberapa karyawan yang belum mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada beberapa konsumen.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa bobot rata-rata kualitas pelayanan pada Siantar Hotel Pematang Siantar berada pada bobot 3,70 melalui taraf respon baik. Bobot tertinggi melalui rata-rata 4,06 melalui taraf respon baik pada aspek kehandalan pada parameter janji yang diberikan pihak hotel. Kemudian pada aspek bukti fisik melalui bobot rata-rata 4,06 melalui taraf respon baik pada parameter sarana komunikasi yang diberikan. Sedangkan bobot terendah sebesar 3,35 pada aspek empati pada parameter kelancaran komunikasi dan ketanggapan melalui taraf respon cukup baik pada parameter kemampuan karyawan.

Gambaran Kepuasan konsumen

Pada aspek kualitas produk pada parameter kinerja berada pada rata-rata nilai 3,88 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan kinerja beberapa karyawan hotel sudah memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin kepada konsumen. Pada parameter karakteristik produk berada pada bobot rata-rata 3,50 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan produk yang dimiliki pihak hotel memiliki karakteristik produk yang lebih baik dari yang lain seperti ketahanan dan kelayakan produk. Pada parameter fitur berada pada bobot rata-rata 3,50 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan fitur produk pihak hotel sudah sangat menarik untuk dilihat dan dipakai oleh konsumen seperti alat gym.

Aspek harga pada parameter kesesuaian bobot produk berada pada bobot rata-rata 4,09 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen merasa produk melalui harga yang diberikan sudah baik. Pada parameter benefit produk berada pada bobot rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dikarenakan adanya beberapa konsumen yang merasa harga tidak sesuai melalui manfaat yang diterima. Pada parameter daya saing berada pada bobot rata-rata 3,47 melalui taraf puas. Hal ini

dikarenakan pihak hotel memberikan harga yang cukup lumayan stabil dari beberapa pesaing.

Aspek faktor emosional pada parameter kesuksesan berada pada bobot rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen masih belum merasa puas dalam berbagai pelayanan yang diterima. Pada parameter rasa bangga berada pada bobot rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen masih belum merasa bangga telah memakai jasa/produk dari pihak hotel. Pada parameter memakai produk berada pada bobot rata-rata 4,29 melalui taraf respon sangat puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen mendapat pengalaman yang baik pada saat memakai produk/jasa tersebut.

Aspek kemudahan pada parameter jasa berada pada bobot rata-rata 3,44 melalui taraf bobot puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen merasa terbantu dalam memakai produk/jasa yang diterima. Pada parameter kenyamanan berada pada bobot rata-rata 4,03 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen lebih merasa nyaman saat memakai produk/jasa yang diberikan pihak hotel. Pada parameter efisien berada pada bobot rata-rata 4,06 melalui taraf respon puas. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen sudah merasa produk/jasa yang diterima memiliki dampak positif terhadap manfaat yang diterima saat memakai produk/jasa.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa bobot rata-rata kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar berada pada bobot 3,70 melalui taraf respon puas. Bobot tertinggi melalui rata-rata 4,29 melalui taraf respon sangat puas pada aspek faktor emosional pada parameter pengalaman yang didapat pada saat memakai produk. Sedangkan bobot terendah berada pada bobot 3,38 melalui taraf respon cukup puas pada aspek harga pada parameter kesesuaian bobot, pada aspek faktor emosional pada parameter tingkat kesuksesan dan pada parameter rasa bangga dalam memakai produk/jasa yang diberikan.

Analisis Deskriptif Kuantitatif Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
	(Constant)	5,234	7,583
1 Kepercayaan	.517	.171	.515
1 Kualitas Pelayanan	.298	.188	.270

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 5,324 + 0,517X_1 + 0,298X_2$, yang artinya apabila kepercayaan naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,517 satuan. Jika kualitas pelayanan naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,298 satuan sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan pada Siantar Hotel Pematang Siantar.

Regresi Linier Sederhana

Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 3

Hasil Regresi Linier Sederhana Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	13,664	5,584	
1 Kepercayaan	.704	.127	.701

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 13,664 + 0,704X_1$, artinya apabila kepercayaan naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,704 satuan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Tabel 4
Hasil Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	6,175	8,486	
¹ Kualitas Pelayanan	,689	,152	,625

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 6,175 + 0,689X_2$, artinya apabila lingkungan kerja naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,689 satuan sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 5
Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727 ^a	,529	,499	4,18398

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Menurut korelasi (r) = 0,727 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara kepercayaan, kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. Kemudian diperoleh bobot koefisien determinasi (R) = 0,529, artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen (Y) pada Siantar Hotel Pematang Siantar sebesar 52,9% dapat dijelaskan oleh kepercayaan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sedangkan sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 6

Kepercayaan melalui Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701 ^a	,491	,475	4,28143

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Bobot korelasi (r) = 0,701 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara kepercayaan melalui kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi (R) sebesar 0,491 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen 49,1% dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan sedangkan sisanya 50,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 7
Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,625 ^a	,390	,371	4,68549

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Bobot korelasi (r) = 0,625 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi (R) sebesar 0,390 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen sebesar 39% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya 61% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8

Hasil Uji F Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	609,560	2	304,780	17,410	,000^b
	Residual	542,675	31	17,506		
	Total	1152,235	33			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Nila f F_{hitung} sebesar $17,410 > F_{tabel}$ melalui $(0,05 ; 2 \text{ vs } 31)$ sebesar 3.30 atau melalui signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. Sebagaimana yang dikemukakan oleh peneliti (Yayan and Andryana, 2021).

Tabel 9 Hasil Uji t Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2,447	,020
	Kepercayaan	5,555	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Dari tabel 9 diatas, pada variabel X_1 (kepercayaan) dapat dilihat t_{hitung} sebesar $5.555 > t_{tabel}$ melalui $df = n-k-1$ ($34-1-1=32$) sebesar $2,03693$ atau melalui taraf signifikansi $0,000 < \alpha 0,005$ maka H_0 ditolak, artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Siantar Hotel Pematang Siantar. Sebagaimana yang dikemukakan oleh peneliti (sudirman et al., 2019) dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10

Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	,728	,472
	Kualitas Pelayanan	4,526	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Kemudian dari tabel 10 variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar $4,526 > t_{tabel}$ melalui $df = n-k-1$ ($34-1-1=32$) sebesar $2,03693$ atau melalui taraf signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. Sebagaimana yang dikemukakan oleh peneliti (Eswika and Istiatin, 2015) dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Evaluasi Kepercayaan

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata $3,60$ melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek integritas pada parameter sikap rasa jujur karyawan berada pada bobot rata-rata $3,24$ melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara atasan memberi sanksi/nasehat kepada karyawan yang kurang optimal dalam memberikan pelayanan. Pada parameter perilaku karyawan berada pada rata-rata $3,32$ melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui atasan memberi pencerahan kepada karyawan seperti apa pelayanan yang baik.

Pada aspek *benevolence* pada parameter perhatian yang diberikan karyawan berada pada bobot rata-rata $3,47$ melalui taraf respon baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui karyawan harus lebih memperhatikan kebutuhan dan kendala apa

saja yang sering terjadi. Pada parameter motivasi berada pada bobot rata-rata 3,50 melalui taraf respon baik. Hal ini dapat ditingkatkan lagi melalui cara atasan sebaiknya memotivasi karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik.

Pada aspek *competency* pada parameter kebutuhan berada pada bobot rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui karyawan harus lebih memperhatikan kendala apa saja yang dihadapi konsumen saat memakai produk/jasa. Pada parameter transaksi yang diberikan berada pada bobot rata-rata 3,29 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui karyawan harus memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen.

Pada aspek *predictability* pada parameter konsistensi yang diberikan berada pada bobot rata-rata 3,59 melalui taraf respon baik. Hal ini dapat ditingkatkan lagi melalui cara pihak hotel harus terus-menerus konsisten mengevaluasi masalah dan solusi yang terbaik dalam memberikan pelayanan dan fasilitas sampai ke masa yang akan datang.

Dari evaluasi kepercayaan dapat disimpulkan bahwa semua aspek-aspek di atas sudah berada pada bobot rata-rata melalui taraf yang baik. Hal ini menunjukkan sebenarnya Siantar Hotel telah cukup baik dari segi kepercayaan. Kepercayaan dapat ditingkatkan melalui atasan memberi nasehat dan sanksi kepada karyawan yang kurang baik dalam melakukan pelayanan, selalu melayani melalui sikap yang baik, karyawan harus lebih memperhatikan kebutuhan yang dibutuhkan konsumen saat meminta bantuan, memperhatikan konsumen yang sedang butuh bantuan dan konsistensi yang dimiliki. Selain upaya yang telah dipaparkan di atas, Siantar Hotel juga dapat meningkatkan kepercayaan yaitu melalui memperhatikan faktor yang mempengaruhi kurangnya kepercayaan seperti berbagi, ketergantungan, kualitas komunikasi dan perilaku yang tidak oportunitis, sesuai melalui menurut (Priansa, 2017).

Evaluasi Kualitas Pelayanan

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata 3,70 melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek Keandalan pada parameter ketepatan waktu karyawan berada pada bobot rata-rata 3,53 melalui taraf respon baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara karyawan harus mampu memajemen waktu pada saat melayani konsumen yang butuh bantuan.

Pada aspek empati pada parameter memahami berada pada bobot rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara karyawan harus lebih peduli secara individual dalam melayani konsumen. Pada parameter komunikasi berada pada bobot rata-rata 3,35 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara karyawan harus melatih cara melakukan komunikasi yang baik dan benar. Pada aspek bukti fisik pada parameter fasilitas berada pada bobot rata-rata 3,68 melalui taraf respon baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara mengembangkan fasilitas yang ada.

Pada aspek ketanggapan pada parameter membantu konsumen 3,35 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara karyawan harus melatih kemampuan dalam melayani konsumen mulai dari komunikasi hingga kinerja. Pada parameter kebaikan berada pada bobot rata-rata 3,38 melalui taraf respon cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara karyawan harus lebih melatih diri saat melakukan pelayanan kepada konsumen.

Dari hasil evaluasi kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa semua aspek di atas sudah berada pada bobot rata-rata melalui taraf respon baik. Hal ini menunjukkan bahwa Siantar Hotel telah cukup baik dalam segi kualitas pelayanan. Organisasi diharapkan dapat tetap menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan yang

baik. Selain upaya yang telah dijabarkan di atas organisasi juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui cara motivasi kerja, pengawasan, kinerja, dan tanggung jawab masing-masing (Hardiansyah, 2017).

Evaluasi Kepuasan konsumen

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-ran 3,70 melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-ran untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek kualitas produk pada parameter karakteristik produk berada pada bobot rata-ran 3,50 melalui taraf respon puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui pihak hotel memberikan tambahan karakteristik produk yang sedang tren saat ini untuk menarik minat konsumen. Pada parameter fitur berada pada bobot rata-ran 3,50 melalui taraf respon puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui pihak hotel menambah fitur yang lebih baik dari fitur produk yang sebelumnya.

Pada aspek harga pada parameter bobot berada pada bobot rata-ran 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara pihak hotel memberi diskon harga kepada konsumen yang sering memakai produk dari pihak hotel. Pada parameter variasi harga melalui pesaing berada pada bobot rata-ran 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara pihak hotel baiknya mensurvei harga setiap hotel di Pematang Siantar untuk dapat menentukan harga yang pas dan sesuai pasaran.

Pada aspek faktor emosional pada parameter kesuksesan yang diterima berada pada bobot rata-ran 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara para karyawan harus lebih melatih kesabaran dalam melayani konsumen yang sedang memiliki kendala. Pada parameter rasa bangga saat menggunakan produk berada pada bobot rata-ran 3,38 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara pihak hotel harus lebih memperhatikan

kelayakan setiap produk agar konsumen dapat merasa bangga saat menggunakan produk.

Pada aspek kemudahan pada parameter jasa dalam memakai produk berada pada bobot rata-ran 3,44 melalui taraf respon cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan melalui cara pihak karyawan baiknya memberi tahu prosedur saat menggunakan produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Analisis deskriptif kualitatif tentang kepercayaan diperoleh bobot rata-ran keseluruhan dengan taraf respon baik. Bobot rata-ran tertinggi berada pada aspek predictability melalui parameter rasa kepastian yang diberikan pihak hotel. Sedangkan bobot rata-ran terendah berada pada aspek integritas melalui parameter sikap rasa jujur karyawan hotel.
2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas pelayanan diperoleh bobot rata-ran keseluruhan melalui taraf respon baik. Bobot rata-ran tertinggi berada pada aspek kehandalan melalui parameter janji yang diberikan pihak hotel dan aspek bukti fisik melalui parameter sarana komunikasi yang diberikan pihak hotel. Sedangkan bobot rata-ran terendah berada pada aspek empati melalui parameter tingkat kelancaran karyawan dalam melakukan komunikasi dan aspek ketanggapan melalui parameter membantu konsumen.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan konsumen diperoleh bobot rata-ran keseluruhan melalui taraf respon puas. Bobot rata-ran tertinggi berada pada aspek faktor emosional melalui parameter pengalaman yang didapat saat memakai produk. Sedangkan bobot rata-ran terendah berada pada aspek harga melalui parameter benefit produk dan aspek faktor emosional melalui parameter tingkat kepuasan yang diterima

- konsumen dan parameter rasa bangga saat memakai produk.
4. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.
 5. Hasil analisis koefisien melalui korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar. Kemudian bobot koefisien determinasi menunjukkan tinggi rendahnya kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar.
 6. Hasil pengujian hipotesis secara simultan melalui uji F menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar.
 7. Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar.

Saran

1. Untuk menjalin kepercayaan yang lebih baik pada Siantar Hotel Pematang Siantar, sebaiknya atasan memberi nasehat dan sanksi kepada karyawan yang kurang baik dalam melakukan pelayanan dan karyawan harus lebih baik dalam menyikapi konsumen yang sedang memiliki kendala atau masalah dan hal lainnya.
2. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik pada Siantar Hotel Pematang Siantar, sebaiknya karyawan melatih cara melakukan pelayanan yang lebih baik melalui memperhatikan/tanggap

- dalam melayani konsumen yang mengalami kendala atau hal lainnya.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, sebaiknya memberi diskon harga kepada konsumen yang sering menginap atau memakai produk dari pihak hotel, memperhatikan kelayakan dan kekuatan setiap produk agar konsumen dapat merasa bangga saat menggunakan produk/jasa.
 4. Hasil penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan akibat keterbatasan waktu maka penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kelemahan-kelemahan serta belum dapat mengungkapkan semua variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Siantar Hotel Pematang Siantar.

DAFTAR PUSTAKA

- Daga, R. (2017) Buku 1 , **Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.** Palembang: *Global Research and Consulting Institute.*
- Eswika, N. and Istiatin (2015) ‘**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.**’, Jurnal paradigma Universitas Islam Batik Surakarta,
- 13(01).<https://www.neliti.com/id/publications/115736>.
- Hardiansyah (2017) **Manajemen Pelayanan dan Pengembangan Organisasi Publik.** Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.
- Indartono, S. (2016) **Pengantar Manajemen : Character Inside.** Yogyakarta: *Character Inside.*
- Idrus, S. (2019) **kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.** Edited by M.. Amirullah, SE. Malang: Media Nusa Creative.

Priansa, D.J. (2017) **Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer**. Cetakan 1. Bandung: Alfabeta.

Sangadji, Sopiah and Etta, M. (2013) **Perilaku Konsumen**. Edited by Nikoemus. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Sudirman. et al. (2019) '**Kontribusi Harga dan Kepercayaan Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Berbasis Aplikasi**', *Journal of Business and Banking*, 9, p. 2. <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/view/2078/0>

Yayan, H. and Andryana, S.E.M. (2021) '**Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pengguna JNE Express Pondok Gede**', 27(2). <https://ejournalibik57.ac.id/index.php/mediastima/article/view/294>