

**PENGARUH LAYANAN INOVATIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI EMPIRIS PADA HOTEL BUDGET DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Wahyu Dwi Aditya Sri Putranto

NIM : 13311504

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

**PENGARUH LAYANAN INOVATIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI EMPIRIS PADA HOTEL BUDGET DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Wahyu Dwi Aditya Sri Putranto

NIM : 13311504

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

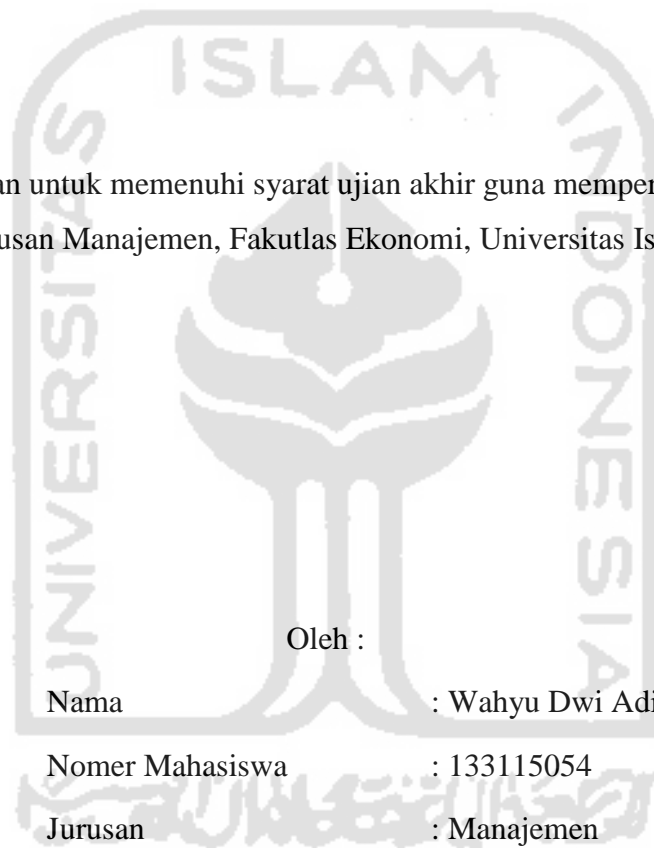
YOGYAKARTA

2017

**PENGARUH LAYANAN INOVATIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI EMPIRIS PADA HOTEL BUDGET DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana
Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Wahyu Dwi Aditya Sri Putranto

Nomer Mahasiswa : 133115054

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dalam kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 7 September 2017

Penulis,



Wahyu Dwi Aditya Sri Putranto

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi
Dengan judul:

PENGARUH LAYANAN INOVATIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI EMPIRIS PADA HOTEL BUDGET DI YOGYAKARTA)

Hasil Penelitian

Diajukan Oleh:

Nama : Wahyu Dwi Aditya Sri Putranto
Nomor Mahasiswa : 13311504
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 7 September 2017

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Siti Nursyamsiah, Dra., M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH LAYANAN INOVATIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI
EMPIRIS PADA HOTEL BUDGET DI YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **WAHYU DWI ADITYA SRI PUTRANTO**

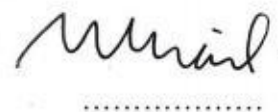
Nomor Mahasiswa : **13311504**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 16 Oktober 2017

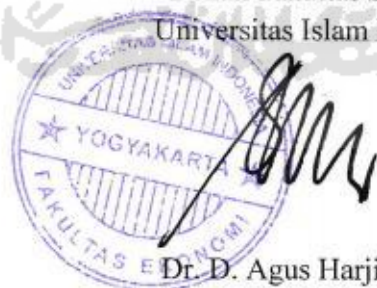
Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.

Penguji : Moch. Nasito, Drs., MM.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN MOTTO

Bismillah for Everything

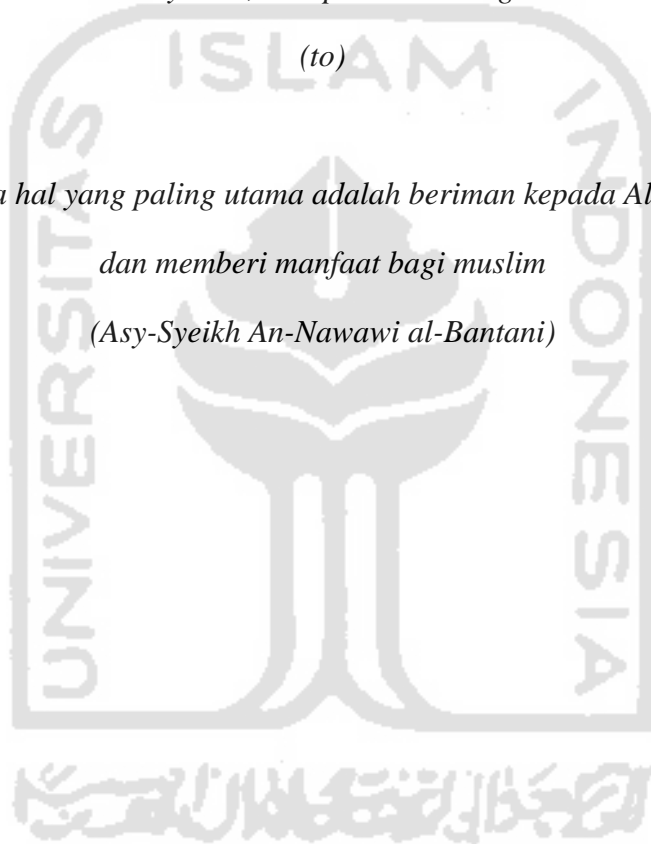
(to)

Hasbiyallah, cukuplah Allah bagiku

(to)

*Dua hal yang paling utama adalah beriman kepada Allah
dan memberi manfaat bagi muslim*

(Asy-Syeikh An-Nawawi al-Bantani)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “PENGARUH LAYANAN INOVATIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI EMPIRIS PADA HOTEL BUDGET DI YOGYAKARTA)”.

Penelitian dan penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tentu tidak terhidar dari bimbingan, bantuan, nasihat, serta saran, dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena rahmat dan ridho-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sampai selesai, serta Nabi Muhammad SAW sebagai utusan-Nya.
2. Keluarga besar penulis, Mama, Papa, Eyang, Kakak-kakak dan Saudara-saudara yang sangat saya cintai yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.
3. Bu Siti Nursyamsiah, Dra., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingannya dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. H. D. Agus Harjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Drs. Sutrisno, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Orang-orang berharga yang selalu memberikan motivasi dan pembelajaran, Rezki, Theodore, Eka, Busthomi, Bramantio, Rian, Aria, Gevis, Raka, Danica, Kevin, Dimas, Rey, Dede, Rendy, Seta, Fadhil, Fitra, Agam, Danang, Nurma Puspita, Sari, Ranita, Chairani, Echa, Elsa, Vanny, Nandia, Rinda dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.
8. Teman-teman seperjuang dimasa perkuliahan, mulai dari semester hingga akhir.
9. Responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian, sehingga penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Seluruh pihak yang dengan tulus dan ikhlas membantu hingga terselesainya karya ini. Semoga amal ibadah kalian semua dibalas Allah SWT. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan.

Wassalamualikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 September 2017

Penulis,

Wahyu Dwi Aditya Sri Putranto

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh produk fisik, staf, layanan, informasi pada situs web, sistem pada situs web dan layanan elektronik pada situs web terhadap kepuasan layanan inovatif. Sebanyak 100 pengguna yang pernah menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui website hotel budget di Daerah Istimewa Yogyakarta telah dipilih sebagai sampel penelitian ini dengan menggunakan metode purposive sampling. Instrumen penelitian, berupa kuisisioner, dikembangkan berdasarkan instrumen yang sudah dipakai oleh peneliti lain serta telah diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum diedarkan kepada responden penelitian ini.

Alat analisis Regresi Linier Berganda dipergunakan untuk menguji hipotesa penelitian yang sudah di kembangkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya lima hipotesa yang terbukti. Dengan kata lain, hanya produk fisik, staf, layanan, informasi pada situs web, dan layanan elektronik pada situs web yang memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepuasan layanan inovatif. Sedangkan, sistem pada situs web tidak memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepuasan layanan inovatif. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh-pengaruh tertentu yang mengakibatkan ada hasil uji dari hipotesa dalam penelitian ini menjadi tidak signifikan.

Temuan ini memberikan implikasi bagi pengelola Hotel, untuk meningkatkan variable layanan elektronik yang terbukti sebagai variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan layanan inovatif, misalnya dalam proses pembatalan reservasi agar memberikan keadilan bagi pelanggan hotel.

Kata Kunci: *produk fisik, staf, layanan, informasi pada situs web, sistem pada situs web, layanan elektronik, kepuasan layanan inovatif*

ABSTRACT

This study have purpose to examine empirically the influence of phisically product, staff, service, information on the website, system on the website and electronic service on the website for satisfaction of innovative service. As much as 100 costumers which have stayed overnight and booked room through website of Budget Hotel in Yogyakarta have choosen as sample of study using purposive sampling method. The instrument of this study is questionnaire, it was developed based on the instrument from other study which have piloted the validity and reliability before distribute to the respondents.

Multiple Linier Regression tool have been used for analyse hypothesis of study which have been developed. The result of the study showed only five hypothesis which proved. In other word, only physically product, staff, service, information on the website, and electronic service which have positive effect significantly for satisfaction of innovative service. While, system on the website have no positive effect significantly for satisfaction of innovative service. The result of this study is different with the study before. However, this study shows the certain influences which involve the result of this study is not significant.

This findings give implication for hotel manager, to increase the electronic service which have proved as the most influential variable for satisfaction innovative service, for example process of cancel for reservation, it can give fairness for hotel customer

Key Word: *phisicaly product, staff, service, information on the website, system on the website, electronic service, satisfaction innovative service.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis.....	8
2.2.1 Teori Pandangan Berbasis Sumber Daya	9
2.2.2 Kepuasan Layanan inovatif	10
2.2.3 Kapabilitas Operasional Berdasarkan Sumber Daya.....	11
2.2.4 Situs Web.....	12

2.2.5 Kualitas Layanan Elektronik	12
2.3 Model Penelitian dan Rumusan Hipotesis	14
2.3.1 Kapabilitas Operasional Berdasar Sumber Daya dan Kepuasan Layanan Inovatif	14
2.3.2 Situs Web dan Kepuasan Layanan Inovatif.....	16
2.4 Kerangka Pemikiran	19
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	24
3.3.1 Ukuran Kapabilitas Operasional Berdasarkan Sumber Daya.....	24
3.3.2 Pengukuran Website	27
3.4 Metode Analisis Data	30
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.4.2 Analisis Kuantitatif.....	30
3.4.3 Analisis Regresi Berganda	31
3.4.4 Pengujian Hipotesis dengan Uji F (Simultan).....	32
3.4.5 Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t).....	33
3.4.6 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	34
3.4.7 Analisis Koefisien Determinasi Parsial (r ²).....	34
3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.4.9 Uji Asumsi Klasik	37
BAB IV	39
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Analisis Karakteristik Responden	39
4.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.3.1. Uji Validitas.....	48
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.4. Analisis Kuantitatif	51

4.5 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR TABEL

4.1	Usia Responden.....	39
4.2	Jenis Kelamin Responden.....	40
4.3	Status Responden.....	40
4.4	Pekerjaan Responden.....	41
4.5	Variabel Produk Fisik.....	42
4.6	Variabel Staf.....	43
4.7	Variabel Layanan.....	44
4.8	Variabel Informasi.....	45
4.9	Variabel Sistem.....	46
4.10	Variabel Layanan Elektornik.....	47
4.11	Variabek Kepuasan Layanan Inovatif.....	48
4.12	Hasil Uji Validitas.....	48
4.13	Hasil Uji Relibilitas.....	50
4.14	Estimasi Regresi Linear Berganda.....	51
4.15	Hasil Perhitungan Multikolinearitas.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian yang Diajukan.....	20
Gambar 2. Hasil Uji Normalitas.....	57
Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Data kuesioner

Lampiran 3 : Analisis Deskriptif

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir persaingan di industri perhotel Indonesia khususnya di Yogyakarta semakin meningkat, hal itu disebabkan peningkatan jumlah hotel yang pada tahun 2016 telah mencapai hingga 420 hotel (Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2016)

Selain itu, dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi hotel budget menghadapi tantangan yang berat dalam menentukan lokasi yang tepat, bagaimana mengintegrasikan teknologi baru dengan baik, bagaimana menangani sumber daya manusia sesuai dengan berbagai isu mulai dari profil pelanggan sampai masalah operasional, pengukuran kepuasan pelanggan yang beragam, perilaku ekspektasi pelanggan yang beragam, dan bagaimana membedakan penawaran produk sesuai dengan permintaan pelanggan (Gu et al., 2012). Karena semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama terkait kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. (Widhiarsa, 2011).

Diketahui hotel budget harus berfokus pada kombinasi produk, pelayanan dan staf dalam merancang layanan inovatif untuk memuaskan pelanggan (Gu et al., 2012). Apalagi di hotel budget yang mengembangkan layanan inovatif dengan kombinasi seperti produk, staf dan pelayanan dengan berbagai kendala dan harus menjadi heterogen merupakan tantangan besar. Selain hal di atas, teknologi komunikasi informasi (TIK) telah merubah dunia bisnis. Akhir-akhir ini, transaksi

online telah menyaksikan lompatan yang luar biasa (Chiu et al., 2014, Kim et al 2006, Luo et al 2012) dengan pertumbuhan penjualan lebih dari 19% per tahun (Internet Retailer 2011) dan telah menjadi saluran yang penting. Atau model bisnis bagi banyak perusahaan (Chiu et al., 2014). Cisco IBSG Economics and Research Practice memprediksi bahwa e-commerce akan mencapai hampir \$ 1,4 triliun pada tahun 2015 secara global (Bethlahmy et al 2011). Forrester Research memperkirakan bahwa transaksi online akan menghabiskan \$ 327 miliar pada tahun 2016 di AS saja, naik 45% dari \$ 226 miliar di tahun 2012, dan 62% dari \$ 202 miliar di tahun 2011 (Forrester Research 2012). Mengembangkan portal belanja online yang menarik dan bermanfaat akan membantu perusahaan perhotelan membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan mereka, dengan mengembangkan kepuasan layanan pelanggan yang inovatif dibuat melalui situs web yang baik.

Sangat penting bagi sebuah hotel budget di negara-negara berkembang untuk membangun kapabilitas operasional dan situs webnya untuk membedakan mereka dari pesaing mereka menjadi unik dan untuk memuaskan pelanggan mereka. Namun, tidak begitu jelas sejauh mana pengaruh atribut seperti produk, pelayanan, staf, informasi, sistem, layanan elektronik memiliki kapabilitas unik yang memuaskan pelanggan. Secara teoritis, diketahui bahwa kapabilitas akan menghasilkan inovasi dan keunggulan kompetitif, beberapa studi baru-baru ini berfokus pada penciptaan nilai melalui pengembangan kapabilitas (Salunke et al., 2013; Weerawardena dan Mavondo, 2011). Di sisi lain ada studi berbasis pemasaran untuk memahami perilaku pelanggan, kepuasan layanan, pengemudi pasar yang

kompetitif, dan lain-lain dalam konteks industri yang berbeda (Kim, 2011; Jani dan Han, 2014). Selain itu, studi terbaru tentang inovasi layanan menyatakan kurangnya penelitian dalam memahami mekanisme yang mendasari kombinasi strategis sumber daya oleh perusahaan jasa yang mengarah pada inovasi layanan (Salunke et al., 2013). Hal ini juga ditekankan dalam sebuah studi oleh Salunke dkk. (2013) bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi hasil layanan inovatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa yang berpengaruh yang diperlukan untuk mengembangkan kepuasan layanan yang inovatif. Penelitian ini juga mengembangkan model kepuasan layanan inovatif dengan menggunakan tampilan *electronic service quality* untuk mengidentifikasi pengaruh dari situs web dan juga menggunakan tampilan berbasis sumber daya untuk mengidentifikasi pengaruh kapabilitas operasional berdasar sumber daya.

Kontribusi utama penelitian ini adalah mengintegrasikan kapabilitas operasional dan situs web dengan kepuasan layanan yang inovatif. Demikian pula penelitian ini mengintegrasikan literatur operasi layanan dengan literatur e-operasi layanan untuk menciptakan kepuasan layanan pelanggan yang inovatif. Peneliti memvalidasi model ini dalam konteks hotel budget di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas masalah yang ingin di pecahkan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah produk fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif ?
2. Apakah staf berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif ?

3. Apakah layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif ?
4. Apakah informasi pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif ?
5. Apakah sistem pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif ?
6. Apakah layanan elektronik pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh produk fisik terhadap kepuasan layanan inovatif.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh staf terhadap kepuasan layanan inovatif.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh layanan terhadap kepuasan layanan inovatif.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh informasi pada situs web terhadap kepuasan layanan inovatif.
5. Untuk menguji secara empiris pengaruh sistem pada situs web terhadap kepuasan layanan inovatif.
6. Untuk menguji secara empiris pengaruh layanan elektronik pada situs web terhadap kepuasan layanan inovatif.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada dasarnya ada tiga manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat di jadikan masukan dan pertimbangan untuk mengembangkan kepuasan pelanggan dengan layanan yang inovatif.

2. Bagi Akademisi dan Praktisi

Selanjutnya memberikan kontribusi dan tambahan informasi bagi mahasiswa FE UII pada khususnya dan seluruh mahasiswa pada umumnya, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan inovasi layanan dan manajemen *e-service quality*, yaitu tentang tingkat kepuasan layanan inovatif dan layanan *online* dalam bisnis *e-commerce*. Di mana hasil dari suatu penelitian diharapkan bisa memberikan manfaat secara langsung ataupun tidak dalam menyelesaikan permasalahan praktis.

3. Bagi Penulis

Kesempatan menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya mengenai materi yang berkaitan dengan inovatif layanan, serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh layanan terkait kepuasan pelanggan pada sebuah industri perhotelan pada khususnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Berisikan konsep dan teori yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian, juga bukti-bukti empiris yang dijadikan dasar perumusan hipotesis. Dalam bagian ini juga dirumuskan model penelitian yang akan diuji secara empiris dalam penelitian ini.

BAB III : Metodologi Penelitian

Berisikan tentang sampel penelitian, teknik pengumpulan data, pengukuran uji validitas, realibilitas dan teknik analisis data.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini menjadi bagian proses vital penelitian yang berisi menguraikan tentang hasil penelitian, analisis data dan serta pengujian hipotesis.

BAB V: Kesimpulan

Pada bab ini akan disimpulkan mengenai hasil penelitian berdasarkan pengujian hipotesis yang didukung oleh data-data empiris, implikasi hasil penelitian, dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berjudul *“Innovative service satisfaction and customer promotion behaviour in the Chinese budget hotel: an empirical study”* yang ditulis oleh Nachiappan Subramanian, Angappa Gunasekaran, dan Yanan Gao, (2016). Penelitian ini menguji tentang pengaruh kapabilitas operasional dengan kepuasan layanan inovatif dan prioritas pasar dengan perilaku pembelian ulang dan juga mencari hubungan antara kepuasan layanan inovatif terhadap perilaku pembelian ulang. Objek penelitiannya adalah sektor perhotelan khususnya hotel budget di China, dengan responden 199 orang. Penelitian menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengukur hipotesisnya. Hasil penelitian menunjukkan dari tujuh hipotesa hanya enam yang terbukti dengan kata lain hanya kapabilitas operasional yaitu produk fisik, staf, dan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif dan prioritas pasar yaitu lokasi dan kesan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ulang dan kepuasan layanan inovatif berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian ulang.

Ming Hong, Chou, dan Chung Melakukan penelitian dengan judul *“A Study of The Relationship Among Service Innovation and Customer Value and Customer Sastisfaction: An Empirical Study of The Hotel Industry In Taiwan”* Peneliti ini meneliti tentang hubungan tentang hubungan nilai pelanggan dan servis inovasi dengan kepuasan pelanggan. Objek penelitiannya adalah industri perhotelan di

Taiwan, dengan responden sebanyak 433. Hasil penelitian menunjukkan inovasi servis dan memahami nilai pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Naimeh Elkami, Sheida Soltani, dan Mir Hadi melakukan penelitian dengan judul "*Examming a Hybrid Model For E-Sastisfaction and E-loyalty to websites*" peneliti meneliti tentang websites yang terdiri dari informasi, sistem, layanan pada bidang operasoinal dan pemasaran terhadap kepuasan elektronik pelanggan. Objek penelitian ini adalah situs web perusahaan penerbangan, dengan responden sebanyak 300. Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa website memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Xiayu Chen, Qian Haung, dan Robert Davison melakukan penelitian dengan judul "*The Role of Website Quality and Social Capital in Building Buyers Loyalty*" peneliti meneliti tentang kualitas website yang terdiri dari informasi, sistem dan layanan yang mempengaruhi kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Obejek penelitian ini adalah TaoBao platfrom belanja online di Cina, dengan responden sebanyak 307 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan website yang terdiri dari informasi, sistem dan layanan yang mempengaruhi modal sosial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan secara keseluruhan.

2.2 Kajian Teoritis

Bagian ini mengulas teori-teori termasuk pandangan berdasar sumber daya, kapabilitas operasional berdasar sumber daya, situs web dan *E-SERVQUAL* yang penting untuk memahami kepuasan layanan yang inovatif.

2.2.1 Teori Pandangan Berbasis Sumber Daya

Teori pandangan berbasis sumber daya menunjukkan bahwa kapabilitas atau sumber daya perusahaan merupakan pendorong utama untuk meningkatkan hasil kinerja atau keunggulan kompetitif (Newbert, 2007). Teori pandangan berbasis sumber daya lebih berfokus pada internal sumberdaya organisasi (Ducan, Ginter dan Swayne, 1998). Sumber daya meliputi sumber daya manusia, sumber daya fisik, sumber daya teknologi, dan sumber daya informasi yang dikendalikan oleh perusahaan guna menerapkan strategi untuk meningkatkan kapabilitas perusahaan dalam bersaing, kapabilitas perusahaan tercermin dari bagaimana perusahaan dapat mengintegrasikan sumber dayanya (Barney, 1991) Kapabilitas dapat dikategorikan secara luas ke dalam hal-hal yang berhubungan dengan melakukan aktivitas fungsional dasar perusahaan dan yang membimbing perbaikan dan inovasi (Collis, 1994). Pandangan berbasis sumber daya dan kapabilitas operasional tidak dapat dipisahkan, karena strategi perusahaan bergantung pada sumber daya dan kapabilitas internal (Colotta et al., 2003). Untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, perusahaan harus menciptakan layanan inovatif yang sulit ditiru oleh kompetitor (Barney, 1991). Pandangan berbasis sumber daya berpendapat bahwa perusahaan akan memiliki sumber daya yang berbeda dan tingkat kapabilitas yang berbeda dalam hal pemberdayaan sumber daya. Kesuksesan bergantung pada kapabilitas untuk menciptakan inovasi dan meningkatkan kapabilitas yang ada (Peteraf, 2003).

2.2.2 Kepuasan Layanan inovatif

Inovasi layanan yang ditawarkan hotel menghasilkan kepuasan layanan inovatif (Subramanian et al, 2016). inovasi layanan yang menekankan pada pembangunan dan pembaruan (Martin, 2016). Inovasi diciptakan untuk mendapatkan sebuah kondisi baru yang lebih menguntungkan dengan bermodal sumber daya yang ada saat ini (Abdillah, 2015). Inovasi bergantung pada pendekatan proaktif yang diadopsi oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, untuk menawarkan layanan berkualitas dengan menggunakan teknologi dan menawarkan nilai terbaik (Victorino et al., 2005). Tseng (2015) menyatakan pentingnya inovatif sebagai pembeda utama untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, hasil pelayanan yang inovatif bergantung pada kepuasan pelanggan (Saburamania et al, 2016). Kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dapat membangun keunggulan kompetitif yang kuat dan meningkatkan pangsa pasar (Fornell, 1992; Jani dan Han, 2014). Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang sepenuhnya menyadari kebutuhan pelanggan dan mengembangkan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Saburamania, 2016). Memberikan layanan berkualitas tinggi yang inovatif akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan. Dengan berkontribusi pada penciptaan nilai bagi perusahaan dan penyedia layanan mereka, inovasi adalah cara yang efektif untuk mempercepat pertumbuhan dan profitabilitas di perusahaan jasa (Tseng et al., 2015)

2.2.3 Kapabilitas Operasional Berdasarkan Sumber Daya

Cepeda dan Vera (2007) mendefinisikan kapabilitas operasional yang berdasarkan sumber daya sebagai transformasi kombinasi input yang tidak terputus menjadi output. Seperti teori kapabilitas operasional berdasarkan sumber daya sangat penting untuk membedakan kinerja berdasarkan bagaimana perusahaan menciptakan kapabilitasnya berdasarkan sumber daya internalnya (Colotta et al., 2003; Wu et al., 2010). Kapabilitas operasional berkonsentrasi pada nilai yang diciptakan oleh perangkat operasi, seperti tenaga kerja, teknologi dan modal (Ahmed et al., 2014). Studi ini mempertimbangkan kapabilitas operasional sebagai bagian dari kemampuan organisasi (Wu et al., 2010). Kapabilitas operasional terbukti mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan serta memupuk sumber daya dan praktik perusahaan menjadi fitur inovatif (Cepeda dan Vera, 2007; Coltman dan Devinney, 2013). Manajer harus memilih cara terbaik untuk memanfaatkan kapabilitas operasional untuk tugas tertentu dan harus memeriksa dampaknya terhadap hasil layanan inovatif (Coltman and Devinney, 2013). Hotel harus melayani pelanggan dengan membedakan kapabilitas perangkat operasional internal seperti produk fisik, staf, dan layanan. Perencanaan operasional dan pengambilan keputusan Managers bergantung pada kapabilitas operasional untuk menciptakan layanan inovatif (Victorino et al., 2005). Selain itu, diferensiasi yang diperoleh melalui kapabilitas operasional tidak dapat dengan mudah disalin oleh hotel lain (Wu et al., 2010).

2.2.4 Situs Web

Sebagai saluran pemasaran kontemporer, Internet berbeda dari struktur perdagangan tradisional dengan berbagai cara yang memerlukan penjelasan lebih lanjut. Karakteristik belanja online yang unik menunjukkan bahwa pelanggan harus mendasarkan penilaian mereka terhadap informasi layanan / produk yang disajikan misalnya gambar kamar, tur virtual, informasi produk di situs web. Secara khusus, keputusan pembelian konsumen biasanya didasarkan pada elemen desain tampilan dan situs web termasuk gambar, tur virtual, grafik, dan informasi (Chiu et al., 2014, Hong et al., 2004, Kolesar dan Galbraith 2000). Hal ini sangat penting untuk reservasi kamar hotel online karena karakteristik produk layanan misalnya, mengurangi risiko produk tak berwujud yang dirasakan sebelum membeli. Akibatnya, janji e-commerce dan reservasi kamar hotel online ditentukan oleh antarmuka pengguna dan bagaimana orang berinteraksi dengan teknologi dan situs web (Griffith et al 2001, Hong et al., 2004). Desain situs web yang lebih baik dan navigasi yang lebih mudah memelihara kenikmatan berbelanja (Floh dan Madlberger 2013).

2.2.5 Kualitas Layanan Elektronik

Electronic service quality atau E-ServQual dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. E-ServQual juga didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2006). Kinerja situs web bergantung

pada kemampuannya untuk menghadirkan layanan pelanggan yang berkualitas. Banyak upaya telah dilakukan untuk menilai e-kualitas situs web sesuai dengan berbagai dimensi. Sebuah tinjauan oleh Balfagih et al. (2008) menunjukkan bahwa enam model yang dirancang untuk mengevaluasi kualitas situs web e-commerce telah sering digunakan dalam penelitian sebelumnya. Ini adalah: DeLone & McLean E-commerce Model (DeLone dan McLean, 2004); ISO 9126 Quality Model (ISO / IEC, 2001); Model WebQual 4.0 (Barnes dan Vidgen, 2003); Palmer's Model (Palmer, 2002); Model Kualitas Stefani & Xenos (Stefani dan Xenos, 2001), dan model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988). Namun, menurut penelitian sebelumnya seperti Ladhari (2009), nampaknya kriteria paling umum yang digunakan untuk menilai kualitas layanan dalam konteks elektronik adalah E-SERVQUAL oleh Parasuraman et al. (2005). Ini adalah adaptasi dari kriteria SERVQUAL yang terkenal yang dirancang untuk menilai kualitas layanan pada umumnya. Awalnya, E-SERVQUAL disusun menjadi 18 item yang dikelompokkan menjadi empat dimensi, yaitu efisiensi (kemudahan dan kecepatan untuk mengakses dan menggunakan situs), pemenuhan (sejauh mana janji situs tentang ketersediaan pesanan dan ketersediaan barang terpenuhi), sistem Ketersediaan (fungsi teknis situs yang benar) dan privasi (sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan). Dalam konteks situs maskapai penerbangan, penelitian sebelumnya (Lee dan Wu, 2011; Llach et al., 2012; Forgas et al., 2012) telah menggunakan kriteria adaptasi model E-SERVQUAL asli untuk tujuan mengevaluasi kepuasan pelanggan.

2.3 Model Penelitian dan Rumusan Hipotesis

Penelitian ini akan mempeleajari tentang hubungan antara kapabilitas operasional berdasar sumber daya dan situs web terhadap kepuasan layanan inovatif, dalam kontek bisnis perhotelan. Kapabilitas perangkat operasional meliputi produk fisik, staf dan layanan. Sedangkan, situs web meliputi informasi, sistem dan layanan elektronik.

2.3.1 Kapabilitas Operasional Berdasar Sumber Daya dan Kepuasan Layanan

Inovatif

Inovasi layanan dipandang sebagai seperangkat kriteria strategi persaingan perusahaan (Tseng et al., 2015). Kapabilitas operasional berdasar sumber daya adalah kapabilitas perusahaan untuk menyelaraskan sumber daya dan teknologinya untuk memenuhi seperangkat tujuan berdasarkan proposisi nilai yang bertujuan pada kepuasan pelanggan (Cepeda dan Vera, 2007). Sudah diketahui bahwa desain dan pengembangan layanan inovatif akan memiliki dampak yang sangat besar dari kepuasan pelanggan (Victorino et al., 2005). Namun, sangat kompleks untuk mengidentifikasi penggerak utama yang memiliki efek signifikan. Hotel secara internal mencari sejumlah cara untuk menggabungkan produk dan layanan untuk menawarkan layanan inovatif kepada pelanggan. Berdasarkan perspektif pandangan berbasis sumber daya, penelitian ini mengusulkan sebuah model untuk menganalisis hubungan antara nilai kapabilitas operasional dan kepuasan layanan inovatif. Di sektor hotel budget, kapabilitas operasional dapat dikenali berdasarkan tiga perangkat termasuk produk fisik, staf dan layanan yang dianggap sebagai

variable independen yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif. Beberapa inovasi dalam produk fisik yaitu ukuran kamar, tempat tidur, fasilitas TV LCD/LED, kartu cerdas, dll. Dalam hal staf, pelatihan yang memperbaiki Aspek perilaku, pelatihan dalam menangani masalah pelanggan, pelatihan mengenai aspek teknologi dan gagasan inovasi yang terdapat di hotel dan hal-hal lainnya terkait pelayanan untuk meningkatkan kepuasan layanan inovatif. Dalam hal layanan mencakup atribut efisiensi, keamanan dan efektivitas seperti pelayanan yang tepat, kehandalan staf dalam membantu keperluan pelanggan, penyesuaian dekorasi ruangan, dan kebijakan check in / out yang fleksibel, yang mengarah pada tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Studi sebelumnya menekankan pentingnya atribut di atas dalam menciptakan layanan unik. Layanan inovatif ditangkap oleh kepuasan pelanggan, pengalaman unik dan hal baru dalam menciptakan hubungan. Produk fisik adalah salah satu atribut vital yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi layanan hotel (Inntie, 2012). Perawatan staf adalah faktor penentu lain yang membuat keberhasilan inovasi dan memuaskan pelanggan (Pablo et al., 2013). Layanan dianggap sebagai proses yang dinamis sehingga hotel memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan (Hung et al., 2012). Perencanaan operasional dan pengambilan keputusan manajer bergantung pada kapabilitas operasional utama untuk menciptakan layanan inovatif (Victorino et al., 2005). intensitas nilai kapabilitas operasional juga menentukan keberhasilan dan kepuasan layanan inovatif. Sebuah studi oleh (Salunke, 2013) menyatakan nilai tergolong yang diciptakan melalui inovasi layanan yang bergantung pada

nilai kapabilitas operasional sehingga inovasi dapat berhasil dan memuaskan konsumen. Literatur inovasi layanan merefleksikan pemahaman yang lebih baik mengenai sumber daya dan kombinasi yang dapat disesuaikan oleh kapabilitas operasional untuk menciptakan layanan dari sumber daya yang ada (Salunke et al., 2013). Di negara maju, kapabilitas operasional mampu mendukung inovasi dan kepuasan pelanggan dan kami yakin hal itu akan sama dalam kasus negara berkembang. Berdasarkan argumen di atas yang kami anggap kapabilitas operasional mendukung inovasi dan kepuasan. Oleh karena itu diketahui bahwa kapabilitas operasional memainkan peran penting dalam menciptakan layanan inovatif sekaligus memuaskan pelanggan. Berdasarkan Penjelasan di atas ditetapkan hipotesis sebagai berikut :

H 1 : Produk fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif.

H 2 : Staf berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif.

H 3 : Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif.

2.3.2 Situs Web dan Kepuasan Layanan Inovatif

Desain situs web yang lebih baik dan navigasi yang lebih mudah memelihara kenikmatan bertransaksi (Floh dan Madlberger 2013). Untuk tujuan mengevaluasi kepuasan pelanggan, kita perlu mengetahui sudut pandang pelanggan terkait fitur kombinasi yang terkait dengan faktor sistem informasi. Untuk mengevaluasi kualitas situs web, peneliti menggunakan fitur E-SERVQUAL sebagai pendekatan sistem informasi

dengan empat dimensi efisiensi (EF), ketersediaan sistem (SysA), pemenuhan (FUL), dan privasi (PRI).

Kriteria asli menggunakan studi website perhotelan. Peneliti kemudian mengelompokkan fitur E-SERVQUAL menjadi tiga dimensi, yaitu informasi, sistem dan layanan elektronik (DeLone dan McLean, 2004; Lee dan Wu, 2011; Llach et al., 2012) seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Informasi

Informasi adalah kumpulan pesan yang dihasilkan dan disampaikan oleh suatu sistem yang dirasakan oleh pengguna (Lee dan Kozar, 2006; Negash et al., 2003). Informasi yang menjelaskan produk dan layanan yang sangat menyenangkan dalam situs web. Kualitas informasi mencakup pentingnya hubungan, kecukupan, dan ketepatan waktu informasi (Zhou, 2012). Misalnya, untuk memudahkan pemahaman pembeli terhadap produk dan membuat keputusan pembelian yang lebih baik, penjual harus memberikan informasi yang cukup dan akurat misalnya, informasi tentang uraian produk yang terperinci dan struktur harga transparan (Yang, Cai, Zhou, & Zhou, 2005). Selain itu, penjual juga harus menawarkan informasi yang relevan dan tepat waktu mengenai aktivitas promosi. Informasi berkualitas tinggi penting untuk meningkatkan modal kognitif antara pembeli dan penjual karena dua alasan. Pertama, ini memungkinkan pengguna mendapatkan informasi bermanfaat. Kedua, ini membantu

mengembangkan pemahaman topik yang lebih baik (Zheng et al., 2013). Inovasi dalam informasi situs web hotel budget yaitu, memberikan gambar kamar hotel, informasi tentang fasilitas, harga, dan wisata yang ada di daerah hotel

H 4 : Informasi pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan inovasi layanan.

2. Sistem

Sistem bukan hanya merupakan pengolahan informasi itu sendiri tetapi juga karakteristik pengoperasionalan berorientasi teknik (Ahn et al., 2007; Negash et al., 2003). Kualitas sistem mengacu pada persepsi individu terhadap keseluruhan kinerja sistem situs web (Chen et al., 2015; Zheng, Zhao, & Stylianou, 2013). Kualitas sistem mencerminkan tingkat kecepatan akses, kemudahan penggunaan, daya tarik visual dan navigasi (Zhou, 2012). Tingkat kualitas sistem yang tinggi membantu pencarian informasi dengan mudah dan menghindari informasi yang tidak relevan (Zhenget al., 2013). Selain itu, Tingkat kualitas sistem yang tinggi juga dapat memberi pengguna kenyamanan yang lebih, privasi dan respons yang lebih cepat. Inovasi dalam sistem web hotel anggaran yaitu website dapat diakses dengan baik, kinerja situs web yang lebih cepat, sistem yang dapat digunakan untuk bertransaksi, alat navigasi yang lebih baik, tampilan yang memudahkan pelanggan dalam jelajah situs web.

H 5 : Sistem pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif.

3. Layanan Eletronik

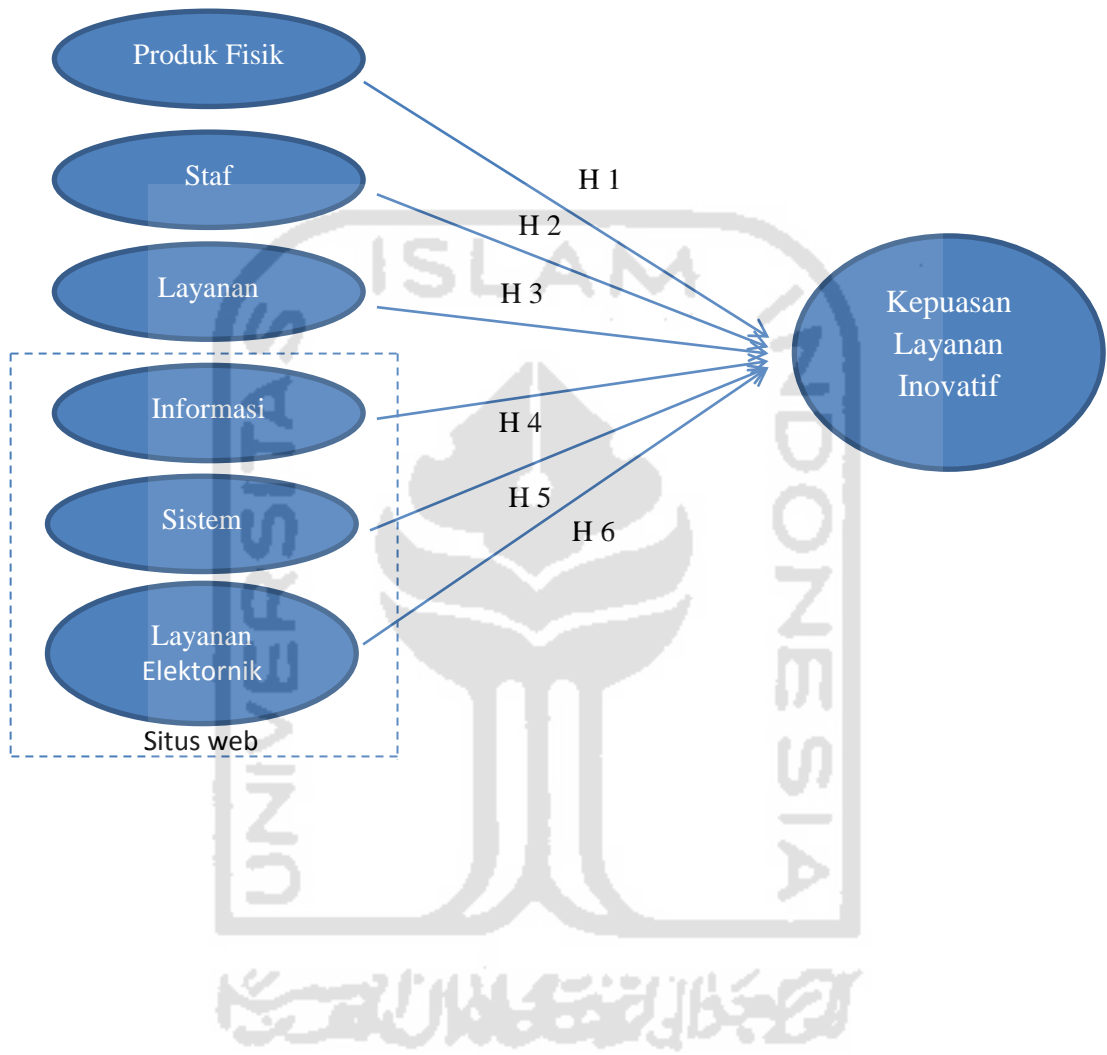
Layanan elektronik mengacu pada keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh situs web yaitu, seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan (Ahn et al., 2007; Lee dan Kozar, 2006). Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya memenuhi harapan pembeli namun juga meningkatkan kecintaan pembeli terhadap penjual (Liang et al., 2011). Selain itu, kualitas layanan penjual tidak hanya bergantung pada membantu pembeli memecahkan masalah dengan menawarkan saran dari produk atau layanan pelengkap tetapi juga untuk menerima keluhan pembelian dan menyelesaikannya secara tepat waktu (Ahn et al., 2007). Inovasi dalam layanan adalah, pemesanan online, melakukan pembayaran secara online, fleksibel dalam perubahan dan pembatalan pemesanan. Dengan cara ini, Perbedaan dan kontradiksi antara pembeli dan penjual dapat dikurangi melalui penyediaan layanan efektif oleh penjual.

H 6 : Layanan elektronik pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada kajian teoritik dan hipotesis tersebut, maka dapat dibuat kerangka penelitian menjadi seperti pada gambar 1 dibawah ini :

Gambar 1. Model Penelitian yang Diajukan



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah tidur dan berkunjung di situs web hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta yang jumlahnya belum diketahui secara pasti.

Menurut Uma Sakaran (2006) sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Cara pemilihan sampel dalam penelitian ini digunakan adalah non probability dengan teknik purposive sampling dimana mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan orang-orang yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Pernah menginap di hotel budget daerah Yogyakarta.
- b. Pernah mengunjungi situs web dan memesan kamar melalui situs web hotel.
- c. Minimal menginap satu hari pada enam bulan.
- d. Telah berusia 20 tahun atau lebih.

Untuk menentukan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya yaitu dengan menggunakan pendekatan Isac Michel (Siregar, 2013) sebagai berikut

:

$$n = \left[\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2 p \cdot q$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = batas interval

p = perkiraan proporsi populasi (jika tidak diketahui ambil $p = 0.5$)

q = $1 - p$

α = tingkat kesalahan data dalam pengujian yang digunakan

E = deviasi sampling maksimum

Kesalahan dalam pengujian statistik sebesar 5%, karena taraf signifikansi yang biasa digunakan dalam penelitian sejenis adalah sebesar 5%, maka taraf signifikansi (α) yang digunakan adalah sebesar 5%. Karena $\alpha = 5\%$, maka $Z \frac{1}{2} \alpha = 1,96$ (dilihat dari tabel Z).

Disamping itu deviasi sampling maksimal (E) sebesar 10%, yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pengambilan data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika melebihi 10%, maka

pengambilan sampel harus diulang. Besarnya sampel minimal yang diperlukan sebesar:

$$n = \left[\frac{1.96}{0,1} \right]^2 0.25$$

$$n = 96.04$$

$$n = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Maka berdasarkan hasil penghitungan tersebut, jumlah sampel adalah 96 responden dan dalam penelitian ini akan diambil 100 responden dan hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan mengirimkan kuesioner yang isinya terdiri dari pertanyaan yang nantinya ditujukan kepada konsumen hotel anggaran di Yogyakarta untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Cara ini digunakan untuk mendapatkan data primer.

Dari jawaban daftar pertanyaan yang diajukan pada responden diolah dengan skala likert. Skala likert adalah suatu skala yang menjawabnya bertingkat yaitu :

- | | | |
|--------|-------------------------------------|------------------|
| A. STS | - untuk jawaban sangat tidak setuju | diberi nilai = 1 |
| B. TS | - untuk jawaban tidak setuju | diberi nilai = 2 |
| C. CS | - untuk jawaban cukup setuju | diberi nilai = 3 |
| D. S | - untuk jawaban setuju | diberi nilai = 4 |

E. SS - untuk jawaban sangat setuju diberi nilai = 5

Untuk susunan kuesioner akan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

Bagian 1 : berisi pertanyaan mengenai kapabilitas operasonal yang dibagi menjadi tiga bagian; produk fisik, staf, dan layanan.

Bagian 2 : berisi pertanyaan mengenai website hotel yang dibagi menjadi tiga bagian; Informasi, sistem, dan layanan elektronik.

Bagian 3 : berisi pertanyaan mengenai kepuasan layanan inovatif.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat sejumlah variabel sebagai berikut :

1. Kapabilitas operasional berdasar sumber daya yang di bagi menjadi tiga yaitu; produk fisik, karyawan, dan layanan.
2. Situs web yang dibagi menjadi tiga yaitu; Informasi, sistem, dan layanan elektronik.
3. Kepuasan layanan inovatif yang diukur melalui sudut pandang pelanggan.

3.3.1 Ukuran Kapabilitas Operasional Berdasarkan Sumber Daya

Kapabilitas operasional berdasar sumber daya adalah Kapabilitas operasional berdasar sumber daya ada tiga yaitu; produk fisik, karyawan, dan layanan.

A. Produk fisik

Produk fisik adalah jenis produk yang sifatnya nyata dan berbentuk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan / semua kebutuhan (Kotler, 2009). Untuk mengukur produk fisik (Subramanian et al., 2016), menggunakan 7 pertanyaan :

1. Desain eksterior yang menarik
2. Desain interior yang menarik
3. Kebersihan hotel
4. Ukuran kamar hotel sesuai
5. Tempat tidur yang nyaman
6. Kamar mandi hotel yang nyaman
7. Fasilitas hotel yang baik

B. Staf

Staf adalah tenaga ahli yang bertugas membantu pemimpin dan memberikan nasehat kepada pemimpin sesuai dengan keahliannya. Untuk mengukur staf (Subramanian et al., 2016) menggunakan 7 pertanyaan :

1. Staf berpenampilan profesional dan rapi
2. Staf memperlakukan konsumen dengan penuh rasa hormat
3. Staf ramah terhadap konsumen
4. Staf memberikan informasi yang dibutuhkan
5. Staf memberikan layanan dengan baik
6. Staf dapat menangani keluhan konsumen
7. Staf memiliki kemampuan komunikasi yang baik

C. Layanan

Layanan adalah kegiatan yang berlangsung dalam interaksi dengan orang atau mesin fisik dan yang memberikan kepuasan konsumen (Otler, 2013). Layanan adalah suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Untuk mengukur layanan (Subramanian et al., 2016). menggunakan 5 pertanyaan :

1. Memberikan layanan dengan tepat
2. Memberikan layanan dengan segera
3. Memberikan layanan meja depan 24
4. Keamanan dan keselamatan tamu terjaga dengan baik

5. Memberikan layanan sesuai kebutuhan pelanggan

3.3.2 Pengukuran Website

Atribut website ada 3 yaitu : informasi, sistem, dan layanan. Model dalam penelitian ini diadaptasi dari E-SERVQUAL yang asli. Untuk mengukur kualitas situs web terdiri dari empat dimensi termasuk kemanjuran, pemenuhan, privasi, dan ketersediaan sistem. Dari perspektif E-SERVQUAL, model ini didasarkan pada 16 pertanyaan yang dikategorikan dalam tiga dimensi, yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan elektornik.

A. Informasi

Informasi juga dapat diartikan sebagai suatu data yang telah disusun sedemikian rupa sehingga bermakna dan bermanfaat karena dapat dikomunikasi kepada seseorang yang akan menggunakan untuk membuat keputusan. (Gordon B.

Davis.,1991) menyampaikan informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang” Untuk mengukur informasi (Elkani et al, 2014) menggunakan 5 pertanyaan :

1. Memberikan informasi secara menyeluruh
2. Memberikan informasi dengan jelas

3. Memberikan informasi terkait harga
4. Memberikan informasi terkait wisata di daerah tersebut
5. Memberikan informasi secara visual

B. Sistem

Sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang berhubungan, terkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau tujuan tertentu (Yakub.,2012). Untuk mengukur sistem (Elkani et al., 2014) menggunakan 6 pertanyaan :

1. Situs dapat di akses dengan baik
2. Mudah untuk digunakan
3. Mudah menggunakan website sejak pertama kali berkunjung
4. Situs dapat digunakan untuk melakukan transaksi secara online
5. Website disusun rapi sehingga mudah dipahami
6. Situs tidak berbagi informasi pribadi dengan pihak lain

C. Layanan Elektronik

Layanan elektronik adalah layanan yang menggunakan teknologi. (Rowley., 2006) layanan elektronik di definisikan sebagai perbuatan, usaha atau pertunjukan yang pengiriman di mediasi oleh teknologi informasi. Untuk mengukur layanan elektronik (Elkani et al.,2014) menggunakan 5 pertanyaan :

1. Dapat melakukan reservasi melalui website
2. Dapat membatalkan reservasi melalui website
3. Dapat memodifikasi reservasi melalui website
4. Menyediakan metode pembayaran secara online
5. Kemudahan mekanisme pencarian dalam mencari kamar

3.3.3 Pengukuran Kepuasan Layanan Inovatif

Kepuasan layanan inovatif adalah kepuasan terhadap layanan yang inovatif. Delafrooz (2013) menyatakan bahwa layanan inovasi berkaitan dengan pelaksanaan tindakan-tindakan yang inovatif yang mengarah pada penciptaan produk atau jasa baru. Untuk mengukur kepuasan layanan inovatif (Subramanian et al.,2016). menggunakan 4 pertanyaan :

1. Layanan inovatif yang ada di hotel tersebut membuat saya puas.

2. Layanan inovatif pada situs web hotel membuat saya puas.
3. Layanan inovatif memenuhi ekspektasi.
4. Saya merasa menginap di hotel seperti ini adalah pilihan yang tepat.

3.3 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atau yang bisa disebutkan dalam bahasa ilmiahnya statistika deskriptif, merupakan bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data sehingga mudah dipahami (Hasan, 2001). Ditambahkan Sugiyono (2004) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Deskriptif tersebut terhadap subyek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dan subyek yang diteliti dan dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.

3.4.2 Analisis Kuantitatif

Metode penelitian sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme; metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang sesuai; pengumpulan data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2011).

3.4.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk meneliti hubungan sebab akibat antara kedua variabel. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat (Candra, 2016). Adapun rumus yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Dimana :

Y : Kepuasan Layanan Inovatif

X₁ : Produk Fisik

X₂ : Staf

X₃ : Layanan

X₄ : Informasi

X₅ : Sistem

X₆ : Layanan Elektornik

a : Bilangan Konstan

3.4.4 Pengujian Hipotesis dengan Uji F (Simultan)

Pengujian secara simultan, uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji F juga digunakan untuk melihat regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen. Langkah-langkah pengujian adalah :

1. Merumuskan hipotesis operasional.

H_0 : Tidak ada pengaruh positif terhadap variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

H_1 : Ada pengaruh positif terhadap variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

2. Menetapkan taraf signifikan (α) dan derajat kebebasan (df) pengujian.

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%.

3. Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah :

H_0 diterima jika probabilitas value $\geq \alpha$ (0,05).

H_1 ditolak jika probabilitas value $\leq \alpha$ (0,05).

4. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS.
5. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4)

3.4.5 Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)

Pembuktian hipotesis dapat pula menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara parsial atau individu terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2011).

1. Merumuskan hipotesis operasional.

H_0 : Tidak ada pengaruh positif terhadap variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

H_1 : Ada pengaruh positif terhadap variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

2. Menetapkan taraf signifikan (α) dan derajat kebebasan (df) pengujian.

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%.

3. Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah :

H_0 diterima jika probabilitas value $\geq \alpha$ (0,05).

H_1 ditolak jika probabilitas value $\leq \alpha$ (0,05).

4. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS.
5. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4)

3.4.6 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen dengan nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 (Ghozali, 2011). Menurut Ghozali (2011) Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas. Namun sebaliknya jika nilai R² mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Jika hasil penghitungan menunjukkan nilai R² sama dengan 1 maka dapat dikatakan sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kuat atau sempurna. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda (R²) berada 0 sampai 1 atau $0 < R^2 < 1$.

3.4.7 Analisis Koefisien Determinasi Parsial (r²)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara terpisah dari variabel lainnya. Hal ini dimaksudkan agar pengaruh variabel X dan Y merupakan pengaruh yang murni (Sudarmanto, 2005). Nilai koefisien determinasi parsial dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (r) parsial yang diperoleh dengan menggunakan program olah data SPSS. Variabel bebas yang mempunyai r² paling besar, menunjukkan variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap variabel terikatnya. Koefisien determinasi

parsial digunakan untuk menjawab variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan layanan inovatif.

3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.8.1 Uji Validitas

Validitas dalam konteks ini mensyaratkan alat ukur harus mampu mengukur perbedaan yang benar-benar terjadi dalam pada obyek yang diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Ghozali, 2011). tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Candra, 2016).

Uji validitas adalah alat untuk mengukur valid/sah tidaknya suatu kuesioner. Data akan diolah dengan menggunakan *SPSS for windows*. Ghozali menyatakan, bahwa untuk menguji validitas dalam penelitian, perlu dicari nilai korelasi menggunakan mengunakan korelasi *product moment* yaitu pengujian validitas terhadap korelasi antara setiap item.

Menurut Ghozali (2011) hasil korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan statistik tertentu. Dengan menetapkan taraf signifikan 0,05. Maka, signifikan terjadi ketika nilai Sig (p-value) lebih kecil dari 0,05. Jika Sig (p-value) lebih kecil dari 0,05, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

3.4.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu terbebas dari kesalahan (eror) sehingga menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercayai, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercayai. Apabila data benar-benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil, akan tetap sama. Reliabilitas menunjukan pada tingkat keadilan (Candra 2016).

Peneliti secara umum mengadopsi nilai Alpha dan reliabilitas komposit Cronbach untuk menguji konsistensi item. Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan statistik *Cronbach's Alpha* (α) dengan nilai *Cronbach's Alpha* (α) (Candra, 2016). Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian reliabel atau tidak, penulis menggunakan metode Cronbachs Alpha menurut Ghazali (2011), dengan kriteria yang digunakan sebagai berikut :

- a. Jika nilai $\alpha > 0,6$, maka instrumen yang digunakan reliabel.
- b. Jika nilai $\alpha \leq 0,6$, maka instrumen yang digunakan tidak reliabel.

3.4.9 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berkontribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Candra, 2016). Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- a. Apakah data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik hologramnya menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik hologramnya tidak menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variance dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Modal regresi yang baik ada homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskeastisitas (Candra, 2016).

Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas (Candra, 2016).

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola tertentu seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah indek regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antara sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Candra, 2016).

- a. Mempunyai angka tolerance diatas ($>$) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF dibawah ($<$) 10

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 kuesioner pada konsumen hotel budget di Yogyakarta. Berikut ini akan dijelaskan hasil uji instrument data, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

4.1. Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, status, dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Hasil deskriptif berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.1

Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
20 - 25 tahun	64	64%
26 - 35 tahun	29	29%
36 - 55 tahun	7	7%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa usia responden dapat diketahui bahwa sebanyak 64 orang (64%) responden yang berusia 20 - 25

tahun, yang berumur 26 - 35 tahun sebanyak 29 orang atau 29%, dan umur 36 – 55 tahun sebanyak 7 orang (7%). Hal ini menunjukkan bahwa umur konsumen hotel budget di Yogyakarta berusia produktif.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil deskriptif tentang jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah orang	Persentase
Laki – laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Hasil analisis frekuensi menunjukkan bahwa mayoritas konsumen hotel budget di Yogyakarta adalah perempuan yaitu sebanyak 57 orang atau 47%. Sedangkan sisanya adalah laki-laki yaitu sebanyak 43 orang atau 43%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Hasil deskriptif tentang status responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Status Responden

Status	Jumlah orang	Persentase
Belum menikah	76	76%
Menikah	23	23%
Pernah menikah	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Hasil analisis frekuensi menunjukkan bahwa mayoritas konsumen hotel budget di Yogyakarta sudah menikah yaitu sebanyak 76 orang atau 76%, belum menikah sebanyak 23 orang atau 23%, dan pernah menikah sebanyak 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan mayoritas konsumen hotel budget belum menikah atau berkeluarga.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil deskriptif tentang pekerjaan responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah orang	Persentase
Mahasiswa	58	58%
PNS	7	7%
Pegawai swasta	13	13%
Wirausaha	10	10%
Guru/dosen	2	2%
Dokter	7	7%
Lainnya	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Hasil analisis frekuensi menunjukkan konsumen hotel budget di Yogyakarta yang berstatus mahasiswa sebanyak 58 orang atau 58%, PNS sebanyak 7 orang atau 7%, pegawai swasta sebanyak 13 orang atau 13%, wirausaha sebanyak 10 orang atau 10%, guru/dosen sebanyak 2 orang atau 2%, dokter sebanyak 7 orang atau 7%, dan lainnya sebanyak 3 orang atau 3%. Hal ini berarti konsumen hotel budget mayoritas merupakan mahasiswa.

4.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel penelitian merupakan hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian. (Simamora, 2002) Adapun kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

Rata-rata 1,00 – 1,79 : Sangat tidak setuju

Rata-rata 1,80 – 2,59 : Tidak setuju

Rata-rata 2,60 – 3,39 : Cukup setuju

Rata-rata 3,40 – 4,19 : Setuju

Rata-rata 4,20 – 5,00 : Sangat setuju

1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk Fisik

Produk fisik diukur dengan 10 butir pertanyaan dan frekuensi jawaban responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Variabel Produk Fisik

Item	Indikator Produk Fisik	Mean	Kategori
pf1	Hotel memiliki tampilan ekterior yang menarik.	3.86	Setuju
pf2	Hotel memiliki tampilan interior yang menarik.	3.85	Setuju
pf3	Kebersihan hotel sangat terjaga.	4.00	Setuju
pf4	Hotel memiliki ukuran kamar yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	3.68	Setuju
pf5	Hotel menyediakan tempat tidur yang nyaman.	3.93	Setuju
pf6	Hotel menyediakan kamar mandi yang nyaman.	3.88	Setuju
pf7	Fasilitas TV LCD/ TV LED yang disediakan hotel berada dalam kondisi dan dapat berfungsi dengan baik	4.05	Setuju
pf8	Fasilitas saluran TV kabel yang disediakan hotel sangat lengkap	3.91	Setuju

pf9	Fasilitas smartcard yang disediakan hotel sebagai kunci kamar berada dalam kondisi dan berfungsi dengan baik	4.12	Setuju
pf10	Fasilitas WiFi gratis yang di sediakan hotel dapat diakses dengan baik	4.29	Sangat setuju
	Mean total	3.76	Setuju

Sumber ;Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,76 (setuju). Penilaian tertinggi pada indikator fasilitas WiFi gratis yang di sediakan hotel dapat diakses dengan baik dengan rata – rata sebesar 4,29 (sangat setuju), dan penilaian terendah pada indikator hotel memiliki ukuran kamar yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.dengan rata – rata sebesar 3,68 (setuju).

2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Staf

Staf terdiri dari 7 variabel dan hasil frekuensi jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6
Variabel Staf

Item	Indikator Staf	Mean	Kategori
s1	Staf hotel berpenampilan profesional dan rapi dalam melayani pelanggan	3.85	Setuju
s2	Staf hotel memperlakukan pelanggan dengan hormat	3.82	Setuju
s3	Staf hotel memperlakukan pelanggan dengan ramah	3.94	Setuju
s4	Staf hotel memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan yang berkait dengan hotel	3.89	Setuju
s5	Staf hotel memberikan pelayanan atas keperluan pelanggan dengan baik	3.87	Setuju
s6	Staf hotel menangani masalah pelanggan dengan baik	3.77	Setuju
s7	Staf hotel berkomunikasi dengan baik	3.84	Setuju
	Mean total	3.85	Setuju

Sumber ;Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,85 (setuju). Penilaian tertinggi pada indikator staf hotel memperlakukan pelanggan dengan ramah yaitu dengan rata – rata sebesar 3,94 (setuju), dan penilaian terendah indikator staf hotel menangani masalah pelanggan dengan baik dengan rata – rata sebesar 3,77 (setuju).

3. Tanggapan Responden terhadap Variabel Layanan.

Hasil tanggapan konsumen hotel budget di Yogyakarta terhadap variabel layanan dapat dilihat pada Tabel 4.7

Tabel 4.7
Variabel Layanan

Item	Indikator Layanan	Mean	Kategori
11	Hotel memberikan pelayanan dengan tepat.	3.89	Setuju
12	Hotel memberikan pelayanan dengan cepat.	3.70	Setuju
13	Hotel menyediakan 24 jam layanan meja depan.	3.97	Setuju
14	Hotel memberikan pelayanan yang menjamin keamanan dan keselamatan pelanggan.	3.85	Setuju
15	Hotel menyediakan layanan sesuai kebutuhan pelanggan.	3.88	Setuju
	Mean total	3.86	Setuju

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil Tabel 4.7 dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,86 (setuju). Penilaian tertinggi pada indikator hotel menyediakan 24 jam layanan meja depan dengan rata – rata sebesar 3,97 (setuju), dan penilaian terendah pada indikator hotel memberikan pelayanan dengan cepat dengan rata – rata sebesar 3,70 (setuju).

4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Informasi.

Hasil tanggapan konsumen hotel budget di Yogyakarta terhadap variabel informasi dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Variabel Informasi

Item	Indikator Informasi	Mean	Kategori
i1	Website hotel tersebut memberikan informasi secara menyeluruh dan lengkap	3.71	Setuju
i2	Website hotel tersebut mendeskripsikan produk dengan jelas	3.59	Setuju
i3	Website hotel memberikan informasi yang jelas terkait harga	3.74	Setuju
i4	Website hotel memberikan informasi terkait wisata yang ada di daerah tersebut	3.54	Setuju
i5	Website hotel menyajikan informasi secara visual sehingga lebih mudah untuk dipahami	3.66	Setuju
	Mean total	3.65	Setuju

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,65 (tinggi). Penilaian tertinggi pada indikator website hotel memberikan informasi yang jelas terkait harga dengan rata – rata sebesar 3,74 (setuju) dan penilaian terendah pada indikator website hotel memberikan informasi terkait wisata yang ada di daerah tersebut dengan rata – rata sebesar 3,54 (setuju).

5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Sistem

Hasil tanggapan konsumen hotel budget di Yogyakarta terhadap variabel Sistem dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9
Variabel Sistem

Item	Indikator Sistem	Mean	Kategori
sw1	Website hotel dapat di akses dengan baik.	3.76	Setuju
sw2	Website hotel tersebut mudah dipakai dan dipahami.	3.73	Setuju
sw3	Website hotel tersebut mudah digunakan sejak pertama kali berkunjung.	3.70	Setuju
sw4	Website hotel dapat digunakan untuk melakukan transaksi secara online.	3.69	Setuju
sw5	Website hotel telah disusun dengan rapi sehingga pelanggan paham di halaman apa pelanggan sedang berada	3.60	Setuju
sw6	Website tidak berbagi informasi pribadi pelanggan dengan pihak lain.	3.73	Setuju
	Mean total	3.70	Setuju

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,70 (setuju). Penilaian tertinggi pada indikator website hotel dapat di akses dengan baik dengan rata – rata sebesar 3,76 dan penilaian terendah pada indikator website hotel telah disusun dengan rapi sehingga pelanggan paham di halaman apa pelanggan sedang berada dengan rata – rata sebesar 3,60 (setuju).

6. Tanggapan Responden terhadap Variabel Layanan Elektornik

Hasil tanggapan konsumen hotel budget di Yogyakarta terhadap variabel layanan elektronik dapat dilihat pada Tabel 4.10. Dari Tabel di bawah dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,69 (setuju). Penilaian terendah pada indikator website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk membatalkan reservasi kamar

hotel melalui website hotel dengan rata – rata sebesar 3,52 (setuju) dan penilaian tertinggi pada indikator website hotel memudahkan pelanggan untuk mencari kamar hotel dengan rata – rata sebesar 3,87 (setuju).

Tabel 4.10
Variabel Layanan Elektronik

Item	Indikator Layanan Elektronik	Mean	Kategori
e11	Website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk melakukan reservasi kamar melalui website hotel.	3.69	Setuju
e12	Website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk membatalkan reservasi kamar hotel melalui website hotel.	3.52	Setuju
e13	Website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk memodifikasi reservasi kamar hotel melalui website hotel.	3.54	Setuju
e14	Website hotel menyediakan metode pembayaran secara online.	3.82	Setuju
e15	Website hotel memudahkan pelanggan untuk mencari kamar hotel.	3.87	Setuju
	Mean total	3.69	Setuju

Sumber ; Data primer diolah, 2017

7. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kinerja operasional perusahaan

Hasil tanggapan konsumen hotel budget di Yogyakarta terhadap variabel kepuasan layanan inovatif dapat dilihat pada Tabel 4.11. Dari Tabel dibawah dapat diketahui tanggapan dari 100 konsumen hotel budget di Yogyakarta rata – rata sebesar 3,80 (setuju). Penilaian tertinggi pada indikator merasa menginap di hotel seperti ini adalah keputusan yang tepat dengan rata – rata sebesar 3,96 (setuju), dan penilaian terendah pada indikator merasa layanan inovatif hotel memenuhi ekspektasi dengan rata – rata sebesar 3,63 (setuju).

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4.11**Variabel Kepuasan Layanan Inovatif**

Item	Indikator Kepuasan Layanan Inovatif	Mean	Kategori
k11	Merasa puas dengan layanan inovatif pada hotel.	3.83	Setuju
k12	Merasa puas dengan layanan inovatif pada situs web hotel.	3.76	Setuju
k13	Merasa layanan inovatif hotel memenuhi ekspektasi.	3.63	Setuju
k14	Merasa menginap di hotel seperti ini adalah keputusan yang tepat.	3.96	Setuju
	Mean total	3.80	Setuju

Sumber : data primer diolah, 2017

4.3.1. Uji Validitas

Analisis validitas pada penelitian ini menggunakan teknik *pearson product moment*. Suatu Item dikatakan valid jika memiliki nilai Sig (p-value) lebih kecil dari 0,05 (Candra, 2016). Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.12 berikut :

Tabel 4.12**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig (P-value)	Keterangan
Produk fisik	pf1	0.621	0.000	Valid
	pf2	0.757	0.000	Valid
	pf3	0.669	0.000	Valid
	pf4	0.727	0.000	Valid
	pf5	0.738	0.000	Valid
	pf6	0.753	0.000	Valid
	pf7	0.729	0.000	Valid
	pf8	0.737	0.000	Valid
	pf9	0.687	0.000	Valid
	pf10	0.624	0.000	Valid
Staf	s1	0.828	0.000	Valid

	s2	0.891	0.000	Valid
	s3	0.873	0.000	Valid
	s4	0.786	0.000	Valid
	s5	0.916	0.000	Valid
	s6	0.852	0.000	Valid
	s7	0.859	0.000	Valid
Layanan	l1	0.739	0.000	Valid
	l2	0.784	0.000	Valid
	l3	0.847	0.000	Valid
	l4	0.733	0.000	Valid
	l5	0.720	0.000	Valid
Informasi	if1	0.775	0.000	Valid
	if2	0.871	0.000	Valid
	if3	0.832	0.000	Valid
	if4	0.823	0.000	Valid
	if5	0.866	0.000	Valid
Sistem	sw1	0.829	0.000	Valid
	sw2	0.900	0.000	Valid
	sw3	0.878	0.000	Valid
	sw4	0.791	0.000	Valid
	sw5	0.843	0.000	Valid
	sw6	0.774	0.000	Valid
Layanan Elektronik	le1	0.832	0.000	Valid
	le2	0.828	0.000	Valid
	le3	0.870	0.000	Valid
	le4	0.821	0.000	Valid
	le5	0.829	0.000	Valid
Kepuasan Layanan Inovatif	kli1	0.829	0.000	Valid
	kli2	0.864	0.000	Valid
	kli3	0.856	0.000	Valid
	kli4	0.814	0.000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui hasil perhitungan nilai Sig (p-value) variable produk fisik, staf, layanan, informasi pada situs web, sistem pada situs web, layanan elektronik pada situs web dan kepuasan layanan inovatif lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh

butir dinyatakan valid, dan seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha (α). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha $>0,6$ (Ghozali, 2011). Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai kritis	Keterangan
Produk fisik	0.885	0.6	Reliabel
Staf	0.940	0.6	Reliabel
Layanan	0.823	0.6	Reliabel
Informasi	0.889	0.6	Reliabel
Sistem	0.913	0.6	Reliabel
Layanan Elektronik	0.890	0.6	Reliabel
Kepuasan Layanan Inovatif	0.861	0.6	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* variabel manajemen rantai pasokan dan kinerja perusahaan lebih besar dari 0,6 sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal,

dan seluruh butir pertanyaan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.4. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh produk fisik, staf, layanan, informasi, sistem dan layanan elektronik terhadap kepuasan layanan inovatif. Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada Tabel 4.14 berikut :

Tabel 4.14
Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	r^2 (Partial)	t	Sig	Keterangan
	B (koefisien regresi)	Std. Error	Beta				
(Constant)	0.146	0.258					
Produk fisik (X_1)	0.174	0.085	0.172	4.3%	2.054	0.043	Signifikan
Staf (X_2)	0.138	0.066	0.162	4.5%	2.091	0.039	Signifikan
Layanan (X_3)	0.173	0.079	0.178	5.0%	2.203	0.030	Signifikan
Informasi (X_4)	0.199	0.082	0.222	5.9%	2.419	0.018	Signifikan
Sistem (X_5)	0.084	0.090	0.090	0.9%	0.931	0.354	Tidak Signifikan
Layanan Elektronik (X_6)	0.196	0.074	0.221	7.1%	2.658	0.009	Signifikan
Adj.R Square = 0,679							
Multiple R = 0,836							
F = 35.945							
Sig F = 0,000							

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel produk fisik, staf, layanan, informasi pada situs web, sistem pada situs web dan layanan elektronik pada situs web terhadap kepuasan layanan inovatif mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Berdasarkan tabel 4.14 di atas perhitungan regresi linear berganda dapat disusun persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,146 + 0,174X_1 + 0,138X_2 + 0,173X_3 + 0,199X_4 - 0,084X_5 + 0,196X_6$$

Dalam persamaan regresi di atas, maka jika variabel produk fisik, staf, layanan, informasi, sistem dan layanan elektronik bernilai nol, maka besarnya kepuasan layanan inovatif akan sebesar 0,146 satuan. Hal ini diartikan bahwa kepuasan layanan inovatif akan rendah apa bila konsumen tidak memperhatikan variabel produk fisik, staf, layanan, informasi, sistem, layanan elektronik yang ada.

Variabel produk fisik (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif dengan koefisien positif sebesar 0,174 atau 17,4%. Berarti bila produk fisik meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan layanan inovatif akan meningkat sebesar 0,174 dengan anggapan variabel lain dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik produk yang ditawarkan maka semakin meningkat kepuasan layanan inovatif.

Variabel staf (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif dengan koefisien positif sebesar 0,148 atau 14,8%. Berarti bila staf meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan layanan inovatif akan meningkat sebesar 0,148

dengan anggapan variabel lain dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas staf yang ditawarkan maka semakin meningkat kepuasan layanan inovatif.

Variabel layanan (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif dengan koefisien positif sebesar 0,173 atau 17,3%. Berarti bila kualitas layanan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan layanan inovatif akan meningkat sebesar 0,173 dengan anggapan variabel lain dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan maka semakin meningkat kepuasan layanan inovatif.

Variabel informasi (X_4) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif dengan koefisien positif sebesar 0,199 atau 19,9%. Berarti bila kualitas informasi meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan layanan inovatif akan meningkat sebesar 0,199 dengan anggapan variabel lain dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas informasi yang ditawarkan maka semakin meningkat kepuasan layanan inovatif.

Variabel sistem (X_5) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif dengan koefisien positif sebesar 0,084 atau 0,84%. Berarti bila kualitas sistem meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan layanan inovatif akan meningkat sebesar 0,084 dengan anggapan variabel lain dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa baik buruknya kualitas sistem yang ditawarkan tidak akan mempengaruhi kepuasan layanan inovatif.

Variabel layanan elektronik (X_6) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan inovatif dengan koefisien positif sebesar 0,196 atau 19,6%. Berarti bila kualitas layanan elektronik meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan layanan inovatif akan meningkat sebesar 0,196 dengan anggapan variabel lain dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang ditawarkan maka semakin besar kualitas layanan inovatif.

1. Uji F

Hasil uji F diperoleh F sebesar 35,945 dan Sig F sebesar 0,000, sehingga $0,000 < 0,05$, maka Hipotesis terbukti atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel produk fisik, staf, layanan, informasi, sistem dan layanan elektronik pada Hotel budget di Yogyakarta secara signifikan terhadap Kepuasan layanan inovatif.

2. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai sig t dengan tingkat signifikansi 5%.

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui koefisien regresi sebesar 0,174 dan signifikansi variabel produk fisik (X_1) terdapat nilai t sebesar 2,054 dan Sig sebesar 0,043 yang berarti $0,043 < 0,05$ artinya ada pengaruh variabel produk fisik secara signifikan terhadap kepuasan layanan inovatif pada Hotel

budget di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Produk fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif” **dapat didukung**.

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui koefisien regresi sebesar 0,138 dan signifikansi menunjukkan bahwa variabel staf (X_2) terdapat nilai t sebesar 2,091 dan Sig sebesar 0.039 yang berarti $0,039 < 0,05$, artinya ada pengaruh variabel staf secara signifikan terhadap Kepuasan layanan inovatif pada hotel budget di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan “staf berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif” **dapat didukung**.

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui koefisien regresi sebesar 0,173 dan signifikansi variabel layanan (X_3) terdapat nilai t sebesar 2,203 dan Sig sebesar 0.030 yang berarti $0,030 < 0,05$, artinya ada pengaruh variabel layanan secara signifikan terhadap Kepuasan layanan inovatif pada hotel budget di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan “Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif” **dapat didukung**.

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui koefisien regresi sebesar 0,199 dan signifikansi variabel informasi (X_4) terdapat nilai t sebesar 2,419 dan Sig sebesar 0.018 yang berarti $0,018 < 0,05$, artinya ada pengaruh variabel informasi secara signifikan terhadap Kepuasan layanan inovatif pada hotel budget di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang

menyatakan “Informasi pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan inovasi layanan” **dapat didukung**

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui koefisien regresi sebesar 0,084 dan signifikansi variabel sistem (X_5) terdapat nilai t sebesar 0,931 dan Sig sebesar 0.354 yang berarti $0,354 > 0,05$, artinya tidak ada pengaruh variabel sistem secara signifikan terhadap Kepuasan layanan inovatif pada hotel budget di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan “Sistem pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif” **tidak dapat didukung**

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui hasil koefisien regresi sebesar 0,196 dan signifikansi variabel layanan elektronik (X_6) terdapat nilai t sebesar 2,658 dan Sig sebesar 0.009 yang berarti $0,009 < 0,05$, artinya ada pengaruh variabel layanan elektronik secara signifikan terhadap Kepuasan layanan inovatif pada hotel budget di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan “Layanan elektronik pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif” **dapat didukung**.

3. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (*adj.R square*) pengaruh produk fisik, staf, layanan, informasi, sistem dan layanan elektronik terhadap kepuasan layanan inovatif adalah sebesar 0,679. Hasil ini dapat diartikan bahwa kepuasan layanan inovatif dapat dijelaskan sebesar 67,9% oleh variabel produk fisik, staf,

layanan, informasi, sistem dan layanan elektronik serta sisanya sebesar 32,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

4. Koefisien Determinasi Parsial

Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) diketahui pengaruh pengaruh layanan elektronik paling berpengaruh terhadap kepuasan layanan inovatif yaitu sebesar 7,1%.

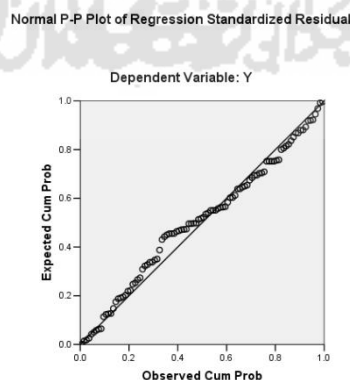
4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar hasil kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan nilai yang bias. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedasitas.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan uji *plot*. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada gambar berikut :

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa data menyebar diantara garis linier, dengan demikian data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil regresi variabel independen dan variabel dependen menghasilkan nilai Toleransi dan VIF pada kedelapan variabel bebasnya. Untuk membuktikan ada atau tidaknya pelanggaran multikolinieritas dapat digunakan Uji VIF yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 atau besarnya toleransi lebih dari 0,1.

Tabel 4.15

Hasil Perhitungan Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
X1	0.462	2.165	Tidak ada multikolinieritas
X2	0.540	1.852	Tidak ada multikolinieritas
X3	0.495	2.019	Tidak ada multikolinieritas
X4	0.386	2.590	Tidak ada multikolinieritas
X5	0.346	2.886	Tidak ada multikolinieritas
X6	0.470	2.125	Tidak ada multikolinieritas

Sumber : Data Sekunder diolah, 2017

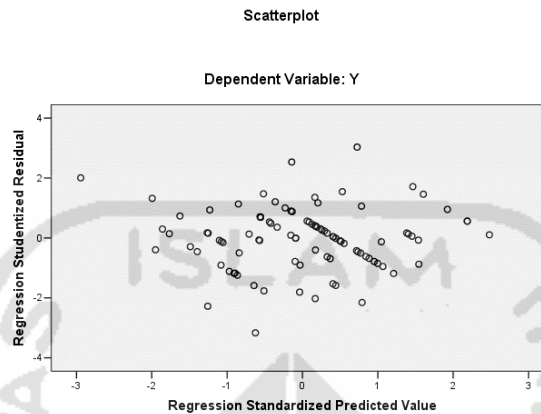
Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Berdasarkan grafik Scatterplot di bawah, terlihat bahwa titik-titik menyebar ke atas dan di bawah 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak

terjadi heteroskedastisitas. Hasil perhitungan terlihat pada rincian sebagai berikut:

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Produk fisik terhadap Kepuasan layanan inovatif

Produk fisik terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan layanan inovatif (Y). Hal ini didukung oleh penelitian Subramanian dkk. (2016), bahwa ada hubungan positif produk fisik terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini juga berarti bahwa semakin baik produk fisik yang ditawarkan oleh hotel di Yogyakarta maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif. Variabel produk fisik mempengaruhi kepuasan layanan inovatif sebesar 17,4%.

Produk fisik adalah salah satu atribut yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi layanan hotel (Inntie, 2012). Beberapa inovasi dalam produk fisik yaitu desain interior dan ekterior yang unik, ukuran kamar yang sesuai kebutuhan pelanggan, tempat tidur, TV LCD/LED, kartu cerdas dan lain – lain.

Produk fisik adalah jenis produk yang sifatnya nyata dan berbentuk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan / semua kebutuhan (Kotler, 2009).

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian terendah pada indikator hotel memiliki ukuran kamar yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Ukuran kamar hotel yang luas dan penataan interior yang tepat dapat memberikan kenyamanan pada bagi tamu hotel, karena ruang terasa luas dan sirkulasi udara juga berjalan lancar. Hotel biasanya menawarkan berbagai tipe kamar yang disesuaikan dengan harga dan fasilitas, serta luas kamar, semakin tinggi atau bagus tipe kamar maka fasilitas lebih lengkap dan ruangan kamar juga lebih lebar, sehingga konsumen dapat memilih tipe kamar sesuai kebutuhan dan *budget*. Untuk tipe kamar yang memiliki lebar lebih sempit sebaiknya pihak hotel menggunakan perabot yang minimalis dan interior di desain agar ruangan terlihat luas.

2. Pengaruh Staf terhadap Kepuasan layanan inovatif

Staf terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan layanan inovatif (Y). Hal ini sama pada penelitian Subramanian dkk. (2016) dimana staf berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini juga berarti bahwa semakin baik staf pada hotel di Yogyakarta maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif. Staf mempengaruhi kepuasan layanan inovatif sebesar 13,8%.

Staf adalah tenaga ahli yang bertugas membantu pemimpin dan memberikan nasehat kepada pemimpin sesuai dengan keahliannya. Beberapa inovasi dalam hal staf yaitu pelatihan yang memperbaiki aspek perilaku, pelatihan dalam menangani masalah pelanggan, pelatihan mengenai aspek teknologi dan gagasan inovasi yang terdapat di hotel dan hal-hal lainnya terkait pelayanan untuk meningkatkan kepuasan layanan inovatif. Pelatihan dan perawatan staf adalah faktor penentu lain yang membuat keberhasilan inovasi dan memuaskan pelanggan (Pablo et al., 2013).

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian terendah pada indikator staf hotel menangani keluhan pelanggan dengan baik. Inovasi pelayanan pada jasa hotel sangat penting dilakukan, karena usaha dalam bidang jasa harus mengutamakan pelayanan dan penanganan keluhan atau permasalahan konsumen dengan baik dan profesional. Konsumen yang mengalami permasalahan atau keluhan pada jasa yang diberikan pihak hotel sebaiknya ditangani dan diselesaikan dengan baik. Kesediaan karyawan dalam menyelesaikan keluhan atau kesulitan konsumen akan membuat mereka merasa puas ketika menggunakan layanan jasa hotel.

3. Pengaruh Layanan terhadap Kepuasan layanan inovatif

Layanan terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan layanan inovatif (Y). Hal ini didukung penelitian Subramain dkk. (2016) bahwa layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini juga berarti bahwa semakin baik layanan yang ditawarkan hotel di Yogyakarta maka

semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif. Variabel layanan mempengaruhi kepuasan layanan inovatif sebesar 17,3%.

Layanan dianggap sebagai proses yang dinamis sehingga hotel memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan (Hung et al., 2012). Perencanaan operasional dan pengambilan keputusan manajer bergantung pada kapabilitas operasional untuk menciptakan layanan inovatif (Victorino et al., 2005). intensitas nilai kapabilitas operasional juga menentukan keberhasilan dan kepuasan layanan inovatif. Sebuah studi oleh Salunke dkk. (2013) nilai tergolong yang diciptakan melalui inovasi layanan yang bergantung pada nilai kapabilitas operasional sehingga inovasi dapat berhasil dan memuaskan konsumen. Literatur inovasi layanan merefleksikan pemahaman yang lebih baik mengenai sumber daya dan kombinasi yang dapat disesuaikan oleh kapabilitas operasional untuk menciptakan layanan dari sumber daya yang ada (Salunke et al., 2013). Layanan adalah kegiatan yang berlangsung dalam interaksi dengan orang atau mesin fisik dan yang memberikan kepuasan konsumen. (Kotler,2009) Layanan adalah suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain.

Hasil deskriptif konsumen memberikan penilaian terendah pada indikator hotel memberikan pelayanan dengan cepat. Kecepatan dan ketepatan merupakan faktor penting dalam memberikan pelayanan. Pihak manajemen hotel sebaiknya dapat memberikan pelayanan kepada setiap tamu hotel dengan cepat, baik pada saat tamu baru datang maupun ketika meninggalkan hotel.

4. Pengaruh Informasi terhadap Kepuasan layanan inovatif

Informasi terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan layanan inovatif (Y). Hal ini didukung oleh Elkhani dkk. (2014) dalam penelitiannya informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan elektronik. Hal ini juga berarti bahwa semakin baik dan lengkap sebuah informasi pada hotel budget di Yogyakarta maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif. Variabel informasi mempengaruhi kepuasan layanan inovatif sebesar 13,8%.

Informasi juga dapat diartikan sebagai suatu data yang telah disusun sedemikian rupa sehingga bermakna dan bermanfaat karena dapat dikomunikasi kepada seseorang yang akan menggunakan untuk membuat keputusan. (Gordon B. Davis.,1991) menyampaikan informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang.

Kualitas informasi adalah pesan yang dihasilkan dan disampaikan oleh suatu sistem seperti yang dirasakan oleh pengguna (Lee dan Kozar, 2006; Negash et al., 2003). Informasi yang menjelaskan produk dan layanan sangat menyenangkan dalam situs web. Kualitas informasi mencakup pentingnya relevansi, kecukupan dan ketepatan waktu informasi (Zhou, 2012). Misalnya, untuk memudahkan pemahaman pembeli terhadap produk dan membuat keputusan pembelian yang lebih baik, penjual harus memberikan informasi yang cukup dan akurat misalnya, informasi tentang uraian produk yang terperinci dan struktur harga transparan (Yang, Cai, Zhou , & Zhou, 2005). Selain itu, penjual

juga harus menawarkan informasi yang relevan dan tepat waktu mengenai aktivitas promosi. Informasi berkualitas tinggi penting untuk meningkatkan modal kognitif antara pembeli dan penjual karena dua alasan. Pertama, ini memungkinkan pengguna mendapatkan informasi bermanfaat. Kedua, ini membantu mengembangkan pemahaman topik yang lebih baik (Zheng et al., 2013). Inovasi dalam informasi situs web hotel budget yaitu, memberikan gambar kamar hotel, informasi tentang fasilitas, harga, promosi dan wisata yang ada di daerah hotel.

5. Pengaruh Sistem terhadap Kepuasan layanan inovatif

Sistem terbukti tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan Mustika dkk (2017) dimana sistem tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini juga berarti baik buruknya sistem tidak mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan inovatif. Variabel sistem mempengaruhi kepuasan layanan inovatif sebesar 0,84%.

Sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan inovatif, hal ini di dukung pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mustika H., Riyadi, Rizky Y.D., 2017) bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini juga mungkin disebabkan karena sistem untuk melakukan transaksi secara online seperti reservasi kamar hotel saat ini banyak ditawarkan oleh pihak ketiga misalnya, traveloka, pegipegi, trivago, dll sehingga konsumen jarang langsung masuk ke web atau sistem hotel untuk melakukan pemesanan atau reservasi, sehingga kemudahan akses,

kemudahan navigasi dan struktur website pada hotel tidak berpengaruh terhadap kepuasan layanan inovatif.

6. Pengaruh Layanan elektronik terhadap Kepuasan layanan inovatif

Layanan elektronik terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan layanan inovatif (Y). Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan Elkhani dkk. (2014) diaman layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan elektronik. Hal ini juga berarti bahwa semakin baik layanan elektronik pada hotel budget di Yogyakarta maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif. Variabel layanan elektronik mempengaruhi kepuasan layanan inovatif sebesar 19,6%.

Layanan elektornik mengacu pada keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh situs web yaitu, seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan (Ahn et al., 2007; Lee dan Kozar, 2006). Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya memenuhi harapan pembeli namun juga meningkatkan kecintaan pembeli terhadap penjual (Liang et al., 2011). Selain itu, kualitas layanan penjual tidak hanya bergantung pada membantu pembeli memecahkan masalah dengan menawarkan saran dari produk atau layanan pelengkap tetapi juga untuk menerima keluhan pembelian dan menyelesaikannya secara tepat waktu (Ahn et al., 2007). Inovasi dalam layanan adalah pemesanan online, melakukan pembayaran secara online, fleksibel dalam pembatalan dan pengantian pemesanan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini berarti bahwa semakin baik produk fisik maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif.
2. Staf berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini berarti bahwa semakin baik dan profesional staf/karyawan maka semakin meningkat kepuasan konsumen pada layanan inovatif.
3. Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini berarti semakin baik layanan yang dilakukan pihak hotel maka semakin meningkat kepuasan layanan inovatif.
4. Informasi pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini semakin baik informasi mampu meningkatkan kepuasan layanan inovatif.
5. Sistem pada situs web tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini berarti baik buruknya sistem tidak mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan inovatif

6. Layanan elektronik pada situs web berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan inovatif. Hal ini berarti bahwa semakin baik layanan elektronik maka semakin meningkat kepuasan layanan inovatif.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Hotel Budget di Yogyakarta

Manajemen perusahaan hendaknya berfokus kepada lima variabel yang terbukti berpengaruh signifikan yaitu produk fisik, staf, layanan, informasi dan layanan elektronik. Juga perlunya untuk mempertahankan variable layanan elektronik karena paling berpengaruh terhadap kepuasan layanan inovatif, dengan meningkatkan indikator terendah yaitu website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk membatalkan reservasi kamar hotel melalui website hotel. Konsumen yang membatalkan pemesanan atau reservasi hotel dapat dilakukan melalui website dan akan dikenakan denda biaya sewa semalam, hal ini untuk memudahkan konsumen jika berhalangan menginap di hotel tersebut. Agar pembatalan hotel tidak merugikan kedua belah pihak, sebaiknya pihak hotel memberikan batas waktu pembatalan, dan konsumen tidak dikenakan denda, namun jika pembatalan sudah mendekati menit atau jam – jam terakhir maka konsumen baru dikenakan denda biaya semalam.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti yang akan datang hendaknya mengembangkan penelitian ini pada usaha lain selain budget hotel, sehingga dapat diketahui perbedaan dan persamaan dengan hasil penelitian ini.
- b. Perlu diteliti kembali variabel-variabel yang dapat meningkatkan kepuasan layanan inovatif, misalnya dengan menambah variabel harga/biaya, kemudahan akses/lokasi, dan lain – lain



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Fauzi., 2016. *Inovasi pelayanan paspor di kantor imigrasi kelas 1 makassar*. Makassar : Fakultas ilmu sosial Universitas Hasanuddin 2016
- Ahn, T., Ryu, S., & Han, I. (2007). *The impact of Web quality and playfulness on user acceptance of online retailing*. *Information & Management*, 44, 263–275.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta., 2016. *Direktori Hotel dan Akomodasi Lain di Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Balfagih, Zain, Mohamed, N., Mahmud, M., 2008. *In search of a model for evaluating the quality of e-commerce web sites*. In: *2008 International Symposium on Information Technology*, vol. 1, pp. 1e6.
- Barnes, S.J., Vidgen, R., 2003. *Measuring web site quality improvements, a case study of the forum measuring web site quality improvements: a case study of the forum on strategic management knowledge exchange*. *Ind. Manag. Data Syst.* 103 (5), 297e309.
- Barney, J., 1991. *Firm resources and sustained competitive advantage*. *J. Manag.* 17, 99–120. *priorities: The role of performance frontiers*. *Int. J. Production Econ.* 151, 131–145
- Bethlahmy, J., Popat, B, Schottmiller, P., 2011. *The global e-commerce gold rush, how retailers can find riches overseas*. *Cisco Internet Business Solutions Group IBSG*.
- Cai, S., Yang, Z., 2014. *On the relationship between business environment and competitive*
- Candra (2016), *Pengaruh Rantai Pasokan Kolaboratif Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan di Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII
- Cepeda, G., Vera, D., 2007. *Dynamic capabilities and operational capabilities: A knowledge management perspective*. *J. Bus. Res.* 60, 426–437.
- Chen, X., Huang, Q., Davison, R. M., & Hua, Z. (2015). *What drives trust transfer? The moderating roles of seller-specific and general institutional mechanisms*. *International Journal of Electronic Commerce*, 20, 261–289.
- Chen, X., Huang, Q., Davison, R. M. (2015). *The role of website quality and social capital in building buyers loyalty*. *International Journal of Information Management*.

- Chiu, C. M., Wang, E. T. G., Fang, Y.-H., & Huang, H.-Y. (2014). *Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: The roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk*. *Information Systems Journal*, 24, 85–114.
- Colotta, I., Shi, Y., Gregory, M., 2003. *Operation and performance of international manufacturing networks*. *Int. J. Oper. Production Manag.* 23 (10), 1184–1206.
- Coltman, T., Devinney, T.M., 2013. *Modeling the operational capabilities for customized and commoditized services*. *J. Oper. Manag.* 31, 555–566.
- DeLone, W.H., McLean, E.R., 2004. *Measuring e-commerce success: applying the DeLone and McLean information systems success model*. *Int. J. Electron. Commer.* 9 (1), 31e47.
- Ducan, W.J., Ginter, P.M. & Swayne, L.E. (1998). *Competitive advantage and internal organizational assessment*. *Academy of Management Executive*, 1, 6-16.
- Elkami, N. Soltani, S. Jamshidi, H.M.J. (2014). *Examining a hybrid model for e-satisfaction and e-loyalty to e-ticketing on airline website*. *J Transport Management*, 37, 36-44.
- Floh, A., Madlberger, M., 2013. *The role of atmospheric cues in online impulsebuying behavior*. *Electronic Commerce Research and Applications* 126, 425– 439.
- Forgas, S., Palau, R., Sánchez, J., Huertas-García, R., 2012. *Online drivers and offline influences related to loyalty to airline websites*. *J. Air Transp. Manag.* 18, 43e46.
- Fornell, C.A., 1992. *National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. *J. Mark.* 1, 6–21.
- Forrester Research, 2012. *US online retail forecast, 2011 to 2016 eCommerce tops \$200 Billion in 2011*, (Retrieved 14.04.14).
- Ghozali, I., (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Edisi kelima*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gordon B. Davis., 1991. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1*, Jakarta: PT Pustaka Binamas Pressindo
- Griffith, D.A., Krampf, R.F., Palmer, J.W., 2001. *The role of interface in electronic commerce: consumer involvement with print versus on-line catalogs*. *International Journal of Electronic Commerce* 5, 135–154.

- Gu, H., Ryan, C., Yu, L., 2012. *The changing structure of the Chinese hotel industry: 1980-2012*. *Tourism Management Perspectives* 4, 56–63.
- Hasan, I., (2001). *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Hung, K., Ho, Y., Liao, H.C., Wu, C., 2012. *Service guarantees in the hotel industry: Their effects on consumer risk and service quality perceptions*. *Int. J. Hospitality Manag.* 31 (3), 757–763
- Inntie, 2012. *Annu. Rep. Chin. Budg. Hotel. 2012*, Last accessed on June 18, 2013.
- Internet Retailer, 2011. *Industry statistics E-commerce keeps growing, Internet retailer*. from <<http://www.internetretailer.com/2011/06/02/e-commerce-keeps-growing>>.
- Jani, D., Han, H., 2014. *Personality, satisfaction, image, ambience, and loyalty: Testing their relationships in hotel industry*. 37, 11–20. *Int. J. Hospitality Manag.* 37, 11–20.
- Kim, H.J., 2011. *Service orientation, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Testing a structural model*. *J. Hospitality Mark. Manag.* 20, 619–637.
- Kolesar, M.B., Galbraith, R.W., 2000. *A services-marketing perspective on e-retailing: implications for e-retailers and directions for further research*. *Internet Research* 105, 424–438.
- Kotler, Philip., 2009. *Manajemen Pemasaran. edisi ketigabelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedi
- Lee, F.H., Wu, W.Y., 2011. *Moderating effects of technology acceptance perspectives on e-service quality formation: evidence from airline websites in Taiwan*.
- Lee, Y., & Kozar, K. A. (2006). *Investigating the effect of website quality on business success: An analytic hierarchy process (AHP) approach*. *Decision Support Systems*, 42, 1383–1401.
- Liang, T.-P., Ho, Y.-T., Li, Y.-W., & Turban, E. (2011). *What drives social commerce: The role of social support and relationship quality*. *International Journal of Electronic Commerce*, 16, 69–90.
- Llach, J., Marimon, F., Alonso-Almeida, M. d. M., Bernardo, M., 2012. *Determinants of online booking loyalties for the purchasing of airline tickets*. *Tour. Manag.*, 1e9.

- Martin, D., 2016. *Service innovation, renewal, and adoption/rejection in dynamic global contexts. Journal of Business Research.*
- Mustika H., Riyadi, Rizky Y.D., 2017. *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Reservasi Kamar Hotel Secara Online Terhadap Kepuasan Pengguna. Jurnal Adm.Bisnis (JAB. Vol. 41 :1)Hal. 28-35*
- Newbert, S.I., 2007. *Empirical research on the resource-based view of the firm: an assessment and suggestions for future research. Strat. Manag. J.* 28(2). 121-146
- Pablo, Z., Teresa., A., Miguel, A.S., 2013. *A justice framework for understanding how guests react to hotel employee (mis)treatment. Tour. Manag.* 36, 143–152..
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., 1988. *SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. J. Retail.* 64 (Spring), 13e40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Malhotra, A., 2005. *A multiple-item scale for assessing electronic service quality. J. Serv. Res.* 7 (3), 213e233.
- Peteraf, M.A. (2003). *The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. Strategic Management Journal*,14, 170-181.
- Rowley, J. 2006. *An Analysis of The E-Service Literature: Towards A Research Agenda.Internet Research*, 16(3), 339-59.
- Salunke, S., Weerawardena, J., McColl-Kennedy, J.R., 2013. *Competing through service innovation: The role of bricolage and entrepreneurship in projectoriented firms. J. Bus. Res.* 66, 1085–1097.
- Sekaran, U., 2006. *Research Methods for Business Edisi Keenam.*, Jakarta: Salemba Empat
- Siregar, S (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana.
- Stefani, A., Xenos, M., 2001. *A model for assessing the quality of e-commerce systems. In: Proceedings of the PCHCI*, pp. 105e109.
- Subramanian, N. Gunasekaran, A. Yanan Gao,2016. *Innovative service satisfaction and customer promotion behaviour in the chinese budget hotel: an empirical study. Int. J. Production Economics.* 201-210.
- Sudarmanto, R. G. (2005), *Analisis regresi linear ganda dengan SPSS*, Jakarta: Graha Ilmu

- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono, (2004). *Statistika untuk Penelitian, Cetakan Keenam*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tseng, M.-L., Lin, Y.H., Lim, M.K., Teehankee, B.L., 2015. *Using a hybrid method to evaluate service innovation in the hotel industry*. *Appl. soft Comput.* 28, 411–421.
- Victorino, L., Verma, R., Plaschka, G., Dev, C., 2005. *Service innovation and customer choices in the hospitality industry*. *Manag. Serv. Qual.* 15 (6), 555–576.
- Wang, Y., Lo, H.P., Yang, Y., 2004. *An integrated framework for service quality, customer value, satisfaction: Evidence from China's telecommunication industry*. *Inf. Syst. Front.* 6 (4), 325–340.
- Weerawardena, J., Mavondo, F.T., 2011. *Capabilities, innovation and competitive advantage*. *Ind. Mark. Manag.* 40, 1220–1223.
- Weng, Ming-Horng; Ha, Jih-Lian; Wang, Yi-Chou; Tsai, Chung-Lin., 2012. *A Study of The Relationship Among Service Innovation and Customer Value and Customer Sastisfaction: An Empirical Study of The Hotel Industry In Taiwan*. *Int. Journal of Organizational Innovation*;
- Wu, J.H., Melnyk, A., Flynn, B.B., 2010. *Operational Capabilities: The Secret Ingredient*. *Decis. Sci.* 41 (4), 721–754.
- Yakub. 2012. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yang, Z. L., Cai, S. H., Zhou, Z., & Zhou, N. (2005). *Development and validation of an instrument to measure user perceived service quality of information presenting Web portals*. *Information & Management*, 42, 575–589.
- Zhang, C., Dhaliwal, J., 2009. *An investigation of resource-based and institutional theoretic factors in technology adoption for operations and supply chain management*. *Int. J. Production Econ.* 120, 252–269.
- Zheng, Y., Zhao, K., & Stylianou, A. (2013). *The Impacts of information quality and system quality on users' continuance intention in information-exchange virtual communities: An empirical investigation*. *Decision Support Systems*, 56, 513–524.

Zhou, T. (2012). *An empirical examination of continuance intention of mobilepayment services. Decision Support Systems, 54, 1085–1091.*



LAMPIRAN



Lampiran 1 :

KUESIONER

Kuesioner Penelitian

Yogyakarta, 6 Juni 2017

Hal: Pengisian Kuisisioner

Kepada Yth.

Saudara/i

Di Yogyakarta

Assalamualaikum.Wr.Wb

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Wahyu Dwi Aditya Sri.P mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia, saya bermaksud mengadakan penelitian dalam menyusun skripsi.

Sehubungan dengan maksud diatas, maka saya mengharapkan bantuan partisipasi dari Saudara/i bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam lembar kuisisioner yang terlampir pada halaman berikut, yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah pengunjung atau pernah bertransaksi pada Hotel budget di Yogyakarta (POP Hotel, Five Hotel, ASTON, The Alana, Hotel Neo, Harris Hotel ,DII). Pertanyaan-pertanyaan berikut dimaksudkan hanya untuk keperluan memperoleh data yang sangat saya perlukan dalam penyusunan skripsi, dan data yang diperoleh tersebut tidak akan dipergunakan untuk keperluan lain serta kerahasiaanya terjamin.

Akhir kata, terima kasih atas bantuan dan partisipasi Saudara/i sekalian.

Wassalamualaikum.Wr.Wb

Hormat Saya,

Wahyu Dwi Aditya Sri P

Nim : 13311504

PROFIL RESPONDEN

Isilah jawaban dengan lengkap dan beri tanda silang (x) pada jawaban yang sesuai.

No	Kolom Pertanyaan	Kolom Jawaban
1	Nama Responden	:
2	Umur	:
3	Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan
4	Tempat Tinggal dan Asal	:
5	Status	a. Belum menikah b. Menikah c. Sudah pernah menikah
5	Pekerjaan	a. Mahasiswa b. PNS c. Pegawai swasta d. Wirausaha e. Guru/dosen f. Dokter g. Lainnya
6	Nama Hotel Tempat menginap	:

PERSEPSI RESPONDEN TERHADAP VARIABEL PENELITIAN

Petunjuk pengisian:

Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan jawaban yang menurut anda paling benar dan berilah tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan:

Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju)

Jawaban TS (Tidak Setuju)

Jawaban CS (Cukup Setuju)

Jawaban S (Setuju)

Jawaban SS (Sangat Setuju)

Nilai : 1 sampai dengan 5 (semakin kecil maka STS, dan semakin besar maka SS)

A. Pertanyaan dibawah ini berkaitan dengan kapabilitas operasional pada hotel. Adapun indikator-indikatornya meliputi :

Dimensi : Produk Fisik

No.	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
1	Hotel memiliki desain ekterior yang bagus.					
2	Hotel memiliki desain interior yang bagus.					
3	Kebersihan hotel sangat terjaga.					
4	Hotel memiliki ukuran kamar yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.					
5	Hotel menyediakan tempat tidur yang nyaman.					
6	Hotel menyediakan kamar mandi yang nyaman.					
7	Fasilitas TV LCD/ TV LED yang hotel sediakan berada dalam kondisi dan dapat berfungsi dengan baik.					
8	Fasilitas saluran TV kabel yang disediakan hotel sangat lengkap.					
9	Fasilitas smartcard yang disediakan hotel sebagai kunci kamar berada dalam kondisi dan berfungsi dengan baik.					
10	Fasilitas WiFi gratis yang di sediakan hotel dapat diakses dengan baik.					

Dimensi : Staf

No.	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
11	Staf hotel berpenampilan profesional dan rapi dalam melayani pelanggan.					
12	Staf hotel memperlakukan pelanggan dengan hormat.					
13	Staf hotel memperlakukan pelanggan dengan ramah.					
14	Staf hotel memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan yang berkaitan dengan hotel.					
15	Staf hotel memberikan pelayanan atas keperluan pelanggan dengan baik.					
16	Staf hotel menangani masalah pelanggan dengan baik.					
17	Staf hotel berkomunikasi dengan baik.					

Dimensi : Layanan

No	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
18	Hotel memberikan pelayanan dengan tepat.					
19	Hotel memberikan pelayanan dengan cepat.					
20	Hotel menyediakan 24 jam layanan meja depan.					
21	Hotel memberikan pelayanan yang menjamin keamanan dan keselamatan pelanggan.					
22	Hotel menyediakan layanan sesuai kebutuhan pelanggan.					

B. Pertanyaan dibawah ini berkaitan dengan website hotel, indikator-indikatornya meliputi :

Dimensi : Informasi

No	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
23	Website hotel tersebut memberikan informasi secara menyeluruh dan lengkap.					
24	Website hotel tersebut mendeskripsikan produk dengan jelas.					
25	Website hotel memberikan informasi yang jelas terkait harga.					

26	Website hotel memberikan informasi terkait wisata yang ada di daerah tersebut.					
27	Website hotel menyajikan informasi secara visual sehingga lebih mudah untuk dipahami.					

Dimensi : Sistem

No	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
28	Website hotel dapat di akses dengan baik.					
29	Website hotel tersebut mudah dipakai dan dipahami.					
30	Website hotel tersebut mudah digunakan sejak pertama kali berkunjung.					
31	Website hotel menyediakan sistem untuk melakukan transaksi secara online sesuai kebutuhan pelanggan.					
32	Website hotel telah disusun dengan rapi sehingga pelanggan paham di halaman apa pelanggan sedang berada					
33	Website tidak berbagi informasi pribadi pelanggan dengan pihak lain.					

Dimensi : Layanan Elektronik

No	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
34	Website hotel menyediakan metode reservasi kamar melalui website hotel.					
35	Website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk membatalkan reservasi kamar hotel melalui website hotel.					
36	Website hotel menyediakan metode yang memudahkan untuk memodifikasi reservasi kamar hotel melalui website hotel.					
37	Website hotel menyediakan metode pembayaran secara online.					

38	Website hotel memudahkan pelanggan untuk mencari kamar hotel.					
----	---	--	--	--	--	--

C. Pertanyaan ini berkaitan dengan kepuasan layanan inovatif pada hotel. Adapun indikator-indikatornya meliputi :

Dimensi : Kepuasan layanan Inovatif

No	Indikator	STS	TS	CS	S	ST
39	Saya merasa puas dengan layanan inovatif pada hotel.					
40	Saya merasa puas dengan layanan inovatif pada situs web hotel.					
41	Saya merasa layanan inovatif hotel memenuhi ekspetasi saya.					
42	Saya merasa menginap di hotel seperti ini adalah keputusan yang tepat.					

Lampiran 2 :

Data Kuesioner

No	p f 1	p f 2	p f 3	p f 4	p f 5	p f 6	p f 7	p f 8	p f 9	p f 10	s 1	s 2	s 3	s 4	s 5	s 6	s 7	l 1	l 2	l 3	l 4	l 5	i f 1	i f 2	i f 3	i f 4	i f 5	s w 1	s w 2	s w 3	s w 4	s w 5	s w 6	l e 1	l e 2	l e 3	l e 4	l e 5	k l i 1	k l i 2	k l i 3	k l i 4						
1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4				
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
3	3	4	3	4	3	4	5	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4			
4	3	3	3	2	4	2	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4			
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4		
6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5			
7	3	3	4	2	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4			
8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
9	4	4	3	5	5	4	5	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	5	3	4	4	3	4			
10	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3		
11	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4		
12	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	
13	3	3	4	2	4	2	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
14	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4		
15	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4		
17	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	2	3	3		
18	4	3	3	2	1	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2		

19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5			
20	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	3	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	4	3	2	5					
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4				
22	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4			
23	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	3	5	4	3	3	4	3	3	5	5	4							
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
25	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	
26	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
27	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
28	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
29	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4			
30	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	
33	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3			
34	3	3	3	2	1	1	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
36	4	3	5	4	4	4	3	3	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4		
37	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
38	3	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
39	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
40	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
41	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5		
42	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

43	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
44	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5							
45	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4							
46	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4							
47	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
48	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4		
49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5				
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4				
51	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4			
52	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4				
53	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4		
54	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
55	3	4	5	4	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5			
56	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	2	4	3	1	1	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	3	3	3	3	4	4			
57	5	5	5	3	5	4	3	2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	3	2	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
58	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5			
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
60	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	
62	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
63	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
65	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
66	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	

67	3	3	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	3	4						
68	3	3	5	4	5	3	2	2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5						
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3					
70	4	4	3	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	3	3	4	2	3	4	4	4	2	3	5	3	3	3	2	4	4	2	3	3						
71	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3					
72	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4				
73	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4			
74	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5			
75	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3			
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
77	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4		
78	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4		
79	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
80	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4		
81	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	
82	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
83	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
85	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5		
86	2	3	4	3	4	4	5	3	5	5	2	1	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3		
87	4	3	4	3	5	4	3	5	5	4	5	3	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
88	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
89	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4		
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3			
94	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
96	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4		
97	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
98	4	2	3	2	4	4	3	4	5	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	
99	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
100	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4



Lampiran 3 :

Hasil Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif

Statistics

		Usia	gender	status	pekerjaan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 25 tahun	64	64.0	64.0	64.0
	26 - 35 tahun	29	29.0	29.0	93.0
	36 - 55 tahun	7	7.0	7.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	43	43.0	43.0	43.0
	Perempuan	57	57.0	57.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum menikah	76	76.0	76.0	76.0
	Menikah	23	23.0	23.0	99.0
	Pernah menikah	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	58	58.0	58.0	58.0
	PNS	7	7.0	7.0	65.0
	Pegawai swasta	13	13.0	13.0	78.0
	Wirausaha	10	10.0	10.0	88.0
	Guru/dosen	2	2.0	2.0	90.0
	Dokter	7	7.0	7.0	97.0
	Lainnya	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 4

Hasil Validitas dan Reliabilitas :

Produk fisik

Correlations

		pf1	pf2	pf3	pf4	pf5	pf6	pf7	pf8	pf9	pf10	Total PF
pf1	Pearson Correlation	1	.703**	.313**	.444**	.330**	.456**	.314**	.353**	.363**	.245*	.621**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf2	Pearson Correlation	.703**	1	.466**	.590**	.431**	.513**	.519**	.404**	.417**	.425**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf3	Pearson Correlation	.313**	.466**	1	.556**	.570**	.518**	.331**	.373**	.354**	.293**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf4	Pearson Correlation	.444**	.590**	.556**	1	.592**	.688**	.475**	.420**	.224*	.207*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.025	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf5	Pearson Correlation	.330**	.431**	.570**	.592**	1	.563**	.416**	.434**	.517**	.336**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf6	Pearson Correlation	.456**	.513**	.518**	.688**	.563**	1	.555**	.428**	.350**	.271**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf7	Pearson Correlation	.314**	.519**	.331**	.475**	.416**	.555**	1	.593**	.443**	.472**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf8	Pearson Correlation	.353**	.404**	.373**	.420**	.434**	.428**	.593**	1	.516**	.544**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf9	Pearson Correlation	.363**	.417**	.354**	.224*	.517**	.350**	.443**	.516**	1	.523**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.025	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
pf10	Pearson Correlation	.245*	.425**	.293**	.207*	.336**	.271**	.472**	.544**	.523**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.003	.039	.001	.006	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TotalPF	Pearson Correlation	.621**	.757**	.669**	.727**	.738**	.753**	.729**	.737**	.687**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	10

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Staf

Correlations

		s1	s2	s3	s4	s5	s6	s7	TotalS
s1	Pearson Correlation	1	.766**	.702**	.539**	.683**	.651**	.626**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
s2	Pearson Correlation	.766**	1	.826**	.592**	.776**	.679**	.706**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
s3	Pearson Correlation	.702**	.826**	1	.628**	.764**	.640**	.691**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
s4	Pearson Correlation	.539**	.592**	.628**	1	.689**	.660**	.629**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
s5	Pearson Correlation	.683**	.776**	.764**	.689**	1	.782**	.801**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
s6	Pearson Correlation	.651**	.679**	.640**	.660**	.782**	1	.705**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
s7	Pearson Correlation	.626**	.706**	.691**	.629**	.801**	.705**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TotalS	Pearson Correlation	.828**	.891**	.873**	.786**	.916**	.852**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	7

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Layanan

Correlations

		I1	I2	I3	I4	I5	Total
I1	Pearson Correlation	1	.588**	.525**	.398**	.366**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
I2	Pearson Correlation	.588**	1	.649**	.385**	.381**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
I3	Pearson Correlation	.525**	.649**	1	.538**	.497**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
I4	Pearson Correlation	.398**	.385**	.538**	1	.490**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
I5	Pearson Correlation	.366**	.381**	.497**	.490**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.739**	.784**	.847**	.733**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Informasi

Correlations

		if 1	if 2	if 3	if 4	if 5	Totallf
if 1	Pearson Correlation	1	.648**	.519**	.497**	.542**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
if 2	Pearson Correlation	.648**	1	.642**	.612**	.717**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
if 3	Pearson Correlation	.519**	.642**	1	.648**	.672**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
if 4	Pearson Correlation	.497**	.612**	.648**	1	.684**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
if 5	Pearson Correlation	.542**	.717**	.672**	.684**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Totallf	Pearson Correlation	.775**	.871**	.832**	.823**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	5

Sistem

Correlations

		sw1	sw2	sw3	sw4	sw5	sw6	TotalSW
sw1	Pearson Correlation	1	.756**	.706**	.522**	.632**	.549**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
sw2	Pearson Correlation	.756**	1	.753**	.628**	.722**	.659**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
sw3	Pearson Correlation	.706**	.753**	1	.653**	.723**	.558**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
sw4	Pearson Correlation	.522**	.628**	.653**	1	.606**	.543**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
sw5	Pearson Correlation	.632**	.722**	.723**	.606**	1	.567**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
sw6	Pearson Correlation	.549**	.659**	.558**	.543**	.567**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalSW	Pearson Correlation	.829**	.900**	.878**	.791**	.843**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	6



Layanan Elektronik

Correlations

		le1	le2	le3	le4	le5	Totale
le1	Pearson Correlation	1	.606**	.632**	.609**	.604**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
le2	Pearson Correlation	.606**	1	.733**	.534**	.559**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
le3	Pearson Correlation	.632**	.733**	1	.633**	.660**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
le4	Pearson Correlation	.609**	.534**	.633**	1	.673**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
le5	Pearson Correlation	.604**	.559**	.660**	.673**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Totale	Pearson Correlation	.832**	.828**	.870**	.821**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	5

Kepuasan Layanan Inovatif

Correlations

		kli1	kli2	kli3	kli4	TotalKli
kli1	Pearson Correlation	1	.693**	.543**	.569**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
kli2	Pearson Correlation	.693**	1	.661**	.549**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
kli3	Pearson Correlation	.543**	.661**	1	.641**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
kli4	Pearson Correlation	.569**	.549**	.641**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TotalKli	Pearson Correlation	.829**	.864**	.856**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

Lampiran 4 :

Hasil Uji Regresi

Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X6, X2, X3, X4, X1, X5 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.679	.32033

a. Predictors: (Constant), X6, X2, X3, X4, X1, X5

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.130	6	3.688	35.945	.000 ^a
	Residual	9.543	93	.103		
	Total	31.673	99			

a. Predictors: (Constant), X6, X2, X3, X4, X1, X5

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.146	.258		.567	.572			
	X1	.174	.085	.172	2.054	.043	.676	.208	.117
	X2	.138	.066	.162	2.091	.039	.612	.212	.119
	X3	.173	.079	.178	2.203	.030	.671	.223	.125
	X4	.199	.082	.222	2.419	.018	.711	.243	.138
	X5	.084	.090	.090	.931	.354	.681	.096	.053
	X6	.196	.074	.221	2.658	.009	.657	.266	.151

a. Dependent Variable: Y

Uji multikolinieritas

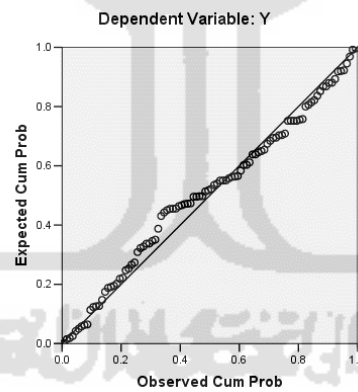
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.146	.258		.567	.572		
	X1	.174	.085	.172	2.054	.043	.462	2.165
	X2	.138	.066	.162	2.091	.039	.540	1.852
	X3	.173	.079	.178	2.203	.030	.495	2.019
	X4	.199	.082	.222	2.419	.018	.386	2.590
	X5	.084	.090	.090	.931	.354	.346	2.886
	X6	.196	.074	.221	2.658	.009	.470	2.125

a. Dependent Variable: Y

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Y

