

**PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN, LAYANAN
LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA
KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH : STUDI KASUS PADA
HOTEL NEO MALIOBORO**

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 13311563

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2017

PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN, LAYANAN
LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA
KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH : STUDI KASUS PADA
HOTEL NEO MALIOBORO

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 : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 1311563

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak dapat 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

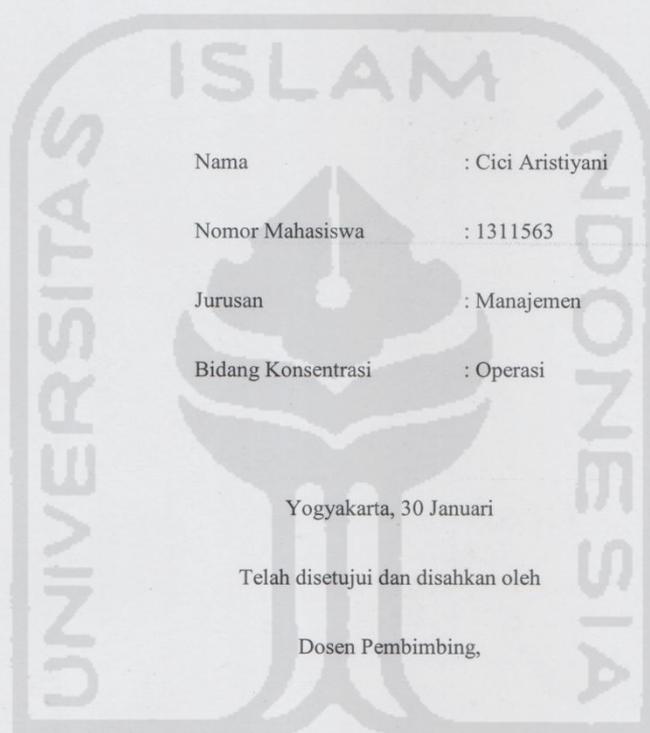
Yogyakarta, 30 Januari 2017

Penulis,



Cici Aristiyani

PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN, LAYANAN
LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA
KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH : STUDI KASUS PADA
HOTEL NEO MALIOBORO



Nama : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 1311563

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 30 Januari

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,


Dra. Siti Nurul Ngaini, MM

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN DAN LAYANAN LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENEGAH (STUDI KASUS PADA HOTEL NEO MALIOBORO

Disusun Oleh : CICI ARISTIYANI

Nomor Mahasiswa : 13311563

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari Senin, tanggal: 13 Maret 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM

Penguji : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

PENGARUH LAYANAN PRODUK, LAYANAN PENGIRIMAN, LAYANAN
LINGKUNGAN HIDUP TERHADAP KUALITAS LAYANAN SECARA
KESELURUHAN PADA HOTEL SKALA MENENGAH : STUDI KASUS PADA
HOTEL NEO MALIOBORO

Nama : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 1311563

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 30 Januari

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Dra. Siti Nurul Ngaini, MM

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam

Indonesia

Nama : Cici Aristiyani

Nomor Mahasiswa : 1311563

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 30 Januari 2017

Disahkan Oleh:

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Dra. Siti Nurul Ngaini, MM

Penguji 1 : Dra. Siti Nursamsyah, MM

Mengetahi

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

(Dr. H. Agus Harjito, M.si)

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan konsumen dengan layanan yang diharapkan konsumen. Apabila layanan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan maka pelanggan tersebut akan merasa puas, sebaliknya apabila layanan yang dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka layanan yang diberikan gagal dan pelanggan merasa tidak puas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dalam hotel skala menengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang yaitu tamu yang pernah menginap di Hotel Neo Malioboro. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, layanan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan Secara Keseluruhan, Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup.*

ABSTRACT

Service quality is the different between consumer perceived service and consumer expected service. If the perceived service in accordance with what is expected by consumer and then consumer will satisfy, but if the perceived service not in accordance with what is expected and then consumer will not satisfy.

The purpose of this study is, to test the product service, delivery service and environment service to the overall service quality in the mid-scale hotel. The method used in this research is Multiple Linerar Regression Analysis. Respondents in this study were 96 people who have experience stayed at the Hotel Neo Malioboro. These results indicate that product services have positive effects but not significant to the overall service quality, delivery service have positive effects and significant to the overall service quality and environment service have positive effects but not significant to the overall service quality.

Keywords: Service Quality In Overall, Service Product, Service Delivery, Service Environment.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT karena atas rahmat dan hidayahnya-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup Terhadap Kualitas Layanan Secara Keseluruhan Pada Hotel Skala Menengah (Studi Kasus Pada Hotel Neo Malioboro)”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen di Universitas Islam Indonesia

Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, pengarahan, dan bantuan moril maupun materil yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya
2. Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan, panutan bagi umat manusia
3. Kedua orang tua saya. Terima kasih atas segala dukungan baik dalam bentuk moral dan materil, kepercayaan yang telah diberikan dan juga semangat yang terus menerus untuk mendukung penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Dr. D Agus Harjito, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

5. Ibu Dra. Siti Nurul Ngaini, MM. Sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen yang telah mengajarkan dan memberikan banyak pengetahuan dan ilmu kepada penulis.
7. Teman – temanku Firli Afini, Indri Irma Oktaviani dan semua teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Semua pihak yang telah berkenan membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. Amin

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dimasa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Yogyakarta, 15 Desember 2016

Penulis,

Cici Aristiyani

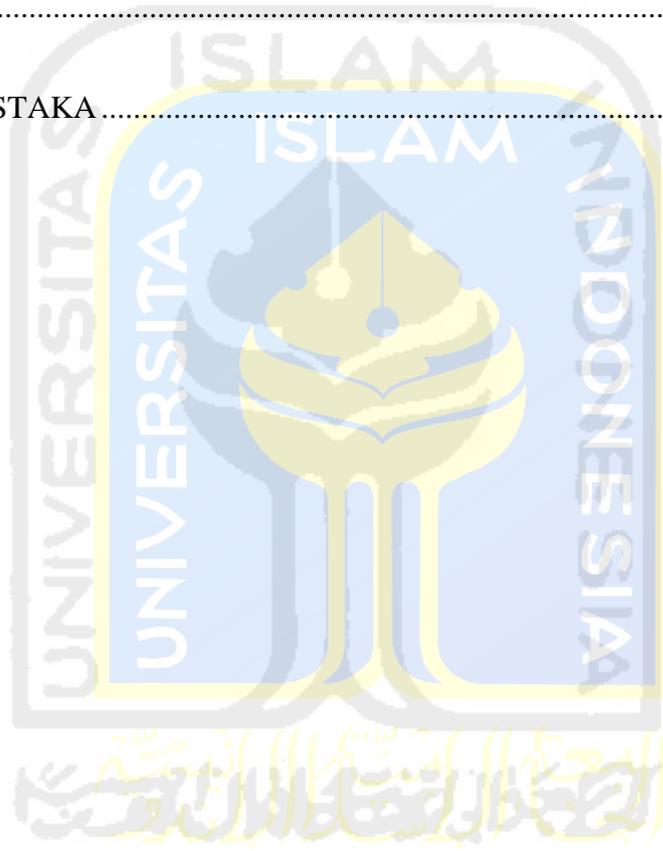
DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5

2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2	Landasan Teori.....	5
2.2.1	Kualitas Layanan.....	6
2.2.2	Layanan Produk	7
2.2.3	Layanan Pengiriman	8
2.2.4	Layanan Lingkungan Hidup	10
2.3	Model dan Hipotesis Penelitian	12
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....		13
3.1	Lokasi Penelitian.....	13
3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	13
3.2.1	Variabel Independen.....	13
3.2.2	Variabel Dependen	15
3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.3.1	Jenis Data	16
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.4	Populasi dan Sampel	18
3.4.1	Populasi.....	18
3.4.2	Sampel.....	18

3.5	Metode Analisis Data.....	19
3.5.2	Analisis Regresi Liner Berganda	19
3.5.3	Uji Hipotesis.....	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		23
4.1	Analisis Deskriptif	22
4.1.1	Analisis Deskriptif Identitas responden	22
4.1.2	Analisis Deskriptif Per-Atribut	28
4.2	Pengujian Kualitas Data.....	37
4.2.1	Uji Validitas	37
4.2.2	Uji Reliabilitas	37
4.3	Analisis Regresi liner Berganda.....	42
4.3.1	Model Persamaan Regresi liner Berganda	42
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	43
	1. Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Residual.....	43
	2. Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas.....	43
	3. Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.....	43
4.3.3	Uji Hipotesis.....	46
4.3.4	Analisis Koefisiensi Determinasi Ganda	50

4.3.5	Analisis Korelasi Koefisien Determinasi Parsial	50
4.4	Pembahasan dan Implikasi	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		57

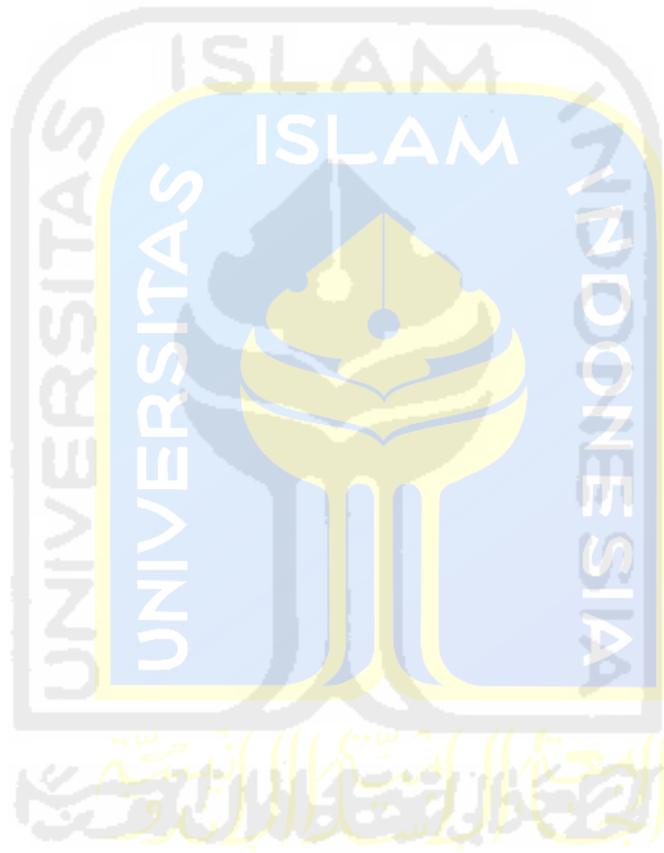


DAFTAR TABEL

4.1	Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	33
4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.3	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	34
4.4	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
4.5	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	36
4.6	Analisis Statistik Deskriptif Layanan Produk (Harapan).....	37
4.7	Analisis Statistik Deskriptif Layanan Pengiriman (Harapan).....	39
4.8	Analisis Statistik Deskriptif Layanan Lingkungan Hidup (Harapan).....	41
4.10	Analisis Statistik Deskriptif Layanan Produk (Kinerja)	41
4.11	Analisis Statistik Deskriptif Layanan Lingkungan Hidup (Kinerja)	41
4.12	Analisis Statistik Deskriptif Layanan Lingkungan Hidup (Kinerja)	41
4.13	Hasil Regresi	49
4.14	Asumsi Klasik Multikolineritas	53

DAFTAR GAMBAR

4.1	Hasil Pengujian Normalitas	51
4.2	Hasil P-P Plot.....	52
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	66
2. Hasil Tanggapan Responden Harapan Layanan Produk.....	70
3. Hasil Tanggapan Responden Harapan Layanan Pengiriman.....	73
4. Hasil Tanggapan Responden Harapan Layanan Lingkungan Hidup.....	76
5. Hasil Tanggapan Responden Kinerja Layanan Produk	79
6. Hasil Tanggapan Responden Kinerja Layanan Pengiriman	82
7. Hasil Tanggapan Responden Kinerja Layanan Lingkungan Hidup	85
8. Hasil Uji Validitas Harapan.....	88
9. Hasil Uji Validitas Kinerja	95
10. Hasil Uji Reliabilitas Harapan	107
11. Hasil Uji Reliabilitas Kinerja.....	109
12. Hasil Analisis Regresi Liner Berganda	114

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Yogyakarta mempunyai banyak tempat wisata sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta menjadikan industri hotel bertumbuh pesat. Kunci utama dari sebuah industri hotel adalah kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Apabila layanan yang diberikan hotel kepada pelanggan sesuai apa yang diharapkan maka pelanggan tersebut akan datang kembali, sebaliknya apabila hotel memberikan layanan yang tidak sesuai maka layanan yang diberikan gagal dan pelanggan tidak akan datang lagi ke hotel tersebut. Bukti yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Heskett et al. (1997) telah menyatakan bahwa memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan keuntungan perusahaan jasa. Karena kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas lebih mungkin untuk dipertahankan sebagai pelanggan setia dari suatu perusahaan, kualitas pelayanan yang baik berdampak positif bagi pelanggan setia dari suatu perusahaan, memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga premium untuk produk layanan mereka dan karena peningkatan retensi karyawan dan produktivitas. (Heskett et al, 1994) konsep disebut sebagai rantai layanan-profit. Akibatnya, konsumen akan membuat persepsi akan hotel karena dapat terkait dengan loyalitas pelanggan dan retensi, serta keuntungan.

Sebuah tinjauan literatur bahwa banyak penelitian yang dilakukan di hotel skala atas. Namun di Yogyakarta banyak terdapat hotel skala menengah. Selain itu, pengembangan terhadap industri hotel tidak hanya dilakukan pada skala atas tetapi juga dilakukan terdapat skala menengah. Dengan mengembangkan konsep-konsep baru dan merancang merek yang menarik bagi wisatawan. Namun bagaimana hotel membuat konsep yang menarik wisatawan untuk diterapkan pada hotel skala menengah.

Beberapa orang berpendapat bahwa sebagian wisatawan mencari hotel karena di pengaruhi oleh biaya. Namun, Zeithaml (1988) menyatakan bahwa bukan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian tetapi nilai yang dirasakan. Penilaian utilitas dari sebuah produk jasa adalah persepsi yang diterima dan yang diberikan. Persepsi apa yang diterima dipengaruhi oleh kualitas yang dirasakan dari produk. Dalam konteks pengaturan hotel, telah menunjukkan bahwa nilai memiliki baik pengaruh langsung dan tidak langsung pada niat revisit; hotel dapat menambah nilai dengan meningkatkan kualitas yang dirasakan atau menurunkan harga (Kashyap dan Bojanic, 2000). Konsumen juga telah ditemukan untuk memahami nilai dari berbagai tingkat harga di hotel, menunjukkan bahwa tamu dapat menyesuaikan harapan kualitas layanan sebagai harga berfluktuasi (Bojanic, 1996); Namun, penyesuaian harapan tidak menghilangkan kualitas layanan dari nilai yang dirasakan. Akibatnya, bagaimana memahami kualitas yang dikonseptualisasikan oleh pelanggan dalam hotel skala menengah, terutama untuk pelaku bisnis perhotelan yang berusaha untuk meningkatkan persepsi nilai.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Layanan Produk, Layanan Pengiriman dan Layanan Lingkungan Hidup Terhadap Kualitas Layanan Pada Hotel Skala Menengah”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

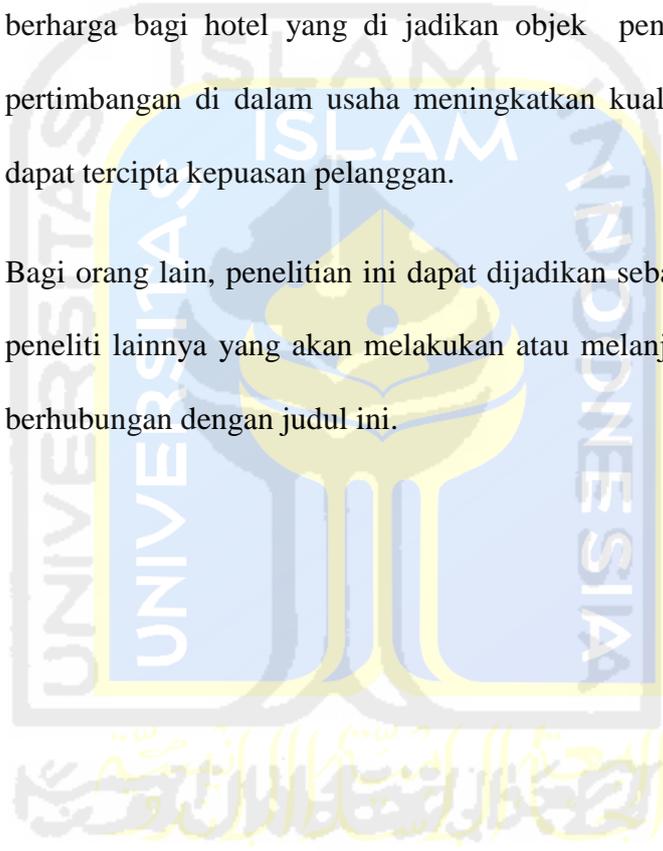
1. Apakah layanan produk berpengaruh terhadap kualitas layanan secara keseluruhan?
2. Apakah layanan pengiriman berpengaruh terhadap kualitas layanan secara keseluruhan?
3. Apakah layanan lingkungan hidup berpengaruh terhadap kualitas layanan secara keseluruhan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan produk terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan kualitas terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah dan memperdalam pengetahuan peneliti dalam memahami kualitas layanan pada hotel skala menengah.
2. Bagi hotel, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga bagi hotel yang di jadikan objek penelitian sebagai bahan pertimbangan di dalam usaha meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan.
3. Bagi orang lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti lainnya yang akan melakukan atau melanjutkan penelitian yang berhubungan dengan judul ini.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dennis A. Rauch, Michael Dwain Collins, Robert D. Nale, dan Peter B. Barr pada tahun 2013 dengan judul *Measuring service quality in mid-scale hotels*. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen berupa layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup dan variabel dependen berupa kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang tepat yang dimanfaatkan secara efektif untuk mengukur kualitas layanan dalam hotel skala menengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SERVQUAL. Penelitian ini dilakukan kepada tamu hotel. Hasil penelitian ini adalah menegaskan bahwa tamu pada hotel skala menengah memprioritaskan layanan produk dan layanan lingkungan hidup dari hotel.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Peng-Tien Lieu, Jung-Hui Liang, Chieh-Biao Lin and Hui-Fun Yu pada tahun 2006 dengan judul *The Establishment of Service Quality Model of Hotel Industry*. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen berupa tenaga kerja, Persepsi, Lingkungan Hidup, Layanan dan Informasi. Variabel intervening berupa kepuasan pelanggan dan variabel dependen berupa kesetiaan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan model

pengukuran kualitas layanan agar dapat membantu kualitas layanan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling*. Penelitian ini dilakukan kepada tamu hotel. Hasil penelitian ini adalah untuk mengembangkan struktur yang lebih cocok untuk mengukur kualitas pelayanan industri hotel. Meskipun aspek layanan pelanggan tidak menunjukkan hasil yang signifikan, penelitian ini masih mengembangkan lima aspek utama untuk mengukur kualitas pelayanan dari para pelaku bisnis perhotelan dengan referensi literatur masa lalu. Lima aspek utama termasuk tenaga kerja, persepsi, lingkungan, layanan, dan informasi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Layanan

Harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Sumber informasi internal misalnya pengalaman pembelian dimasa lalu, pengamatan atau percobaan pembelian. Sumber informasi eksternal merupakan informasi dari luar konsumen, misalnya dari konsumen lain melalui informasi dari mulut ke mulut atau cerita dan informasi dari pemasar melalui promosi yang disampaikan dengan media tertentu.

Harapan konsumen terhadap layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya

sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang mereka harapkan.

2.2.2 Layanan Produk

Menurut Kandampully (2007, P. 90), identifikasi layanan produk adalah layanan yang sebenarnya dari hotel itu sendiri, misalnya, fasilitas hotel seperti kamar tidur, restoran, bar, *swimming poll*, *coffe shop*, binatu/ *laundry* dan lain sebagainya. Layanan produk lebih menekankan kepada penyediaan sarana dan prasarana pendukung.

Lebih lanjut dalam BAB III Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel mencakup aspek produk adalah sebagai berikut:

1. Bangunan; yang dirancang dengan arsitektur indah sesuai dengan lingkungan setempat, bersih dan terawat, terawat, serta papan nama hotel yang didesign menarik dan mudah dibaca, dengan penempatan yang strategis sehingga dapat terlihat jelas dari kejauhan.
2. Taman; baik didalam maupun diluar bangunan, ditata dengan rapi dihiasi dengan tanaman maupun bunga-bunga yang asli/artifisial dan indah dengan dilengkapi dengan penerangan untuk memberikan kesan asri.
3. Tempat parkir; adanya tempat parkir yang luas, baik untuk roda dua maupun roda empat yang dilengkapi dengan rambu-rambu dan

peraturan lalu lintas yang baik serta area parkir dalam kondisi yang bersih.

4. *Lobby*; dapat diakses dari pintu utama, luas memadai dengan sirkulasi dan pencahayaan yang baik, tersedia ruang duduk dilengkapi tempat duduk, terawat dan dalam kondisi bersih, dengan interior yang menyenangkan, juga tersedia penjelasan tentang fasilitas hotel, meja kursi untuk Duty Manager yang tertata rapi dengan papan nama Duty Manager.
5. Restoran; tersedia fasilitas manakan dan minuman dengan ruangan yang tertata rapi sesuai dengan jenis restoran dan pelayanan, tersedia juga pelayanan *service room*.
6. Kamar tidur tamu; tersedia kamar tidur dan kamar mandi dengan fasilitas lengkap sesuai dengan standar dan jenis kamar.
7. Saranan olah raga, rekreasi dan kebugaran, tersedia area untuk olah raga dengan fasilitas yang lengkap, aman dan nyaman.

2.2.3 Layanan pengiriman

Menurut Kandampully (2007, P. 90), layanan pengiriman didefinisikan sebagai aspek-aspek dari layanan yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan, seperti membuat reservasi, *check-in* dan *check-out*. Departement yang sering berinteraksi langsung dengan tamu adalah *front office departement*.

Front Office Departement adalah bagian yang pertama kali bertemu tamu yang berkunjung ke hotel dan bagian yang terakhir

bertemu tamu juga saat tamu meninggalkan hotel. Sehingga kesan pertama tamu tentang citra/ kondisi hotel akan diperoleh disini, sehingga pengalaman tamu yang mengesankan akan pelayanan, keramahtamahan, keunikan hotel akan memanbah kesan positif dan dapat membawa mereka untuk berkunjung kembali serta mereka akan merekomendasikan kepada orang lain.

Oleh karena itu *Front Office* merupakan bagian yang bertanggungjawab dalam menangani reservasi tamu, registrasi, pelayanan tamu sebelum datang, saat kedatangan maupun saat *check-out* dan pembayaran, juga tempat pusat informasi tentang hotel maupun informasi pendukung tentang objek wisata, event-event dan kegiatan bisnis didaerah dimana hotel itu berada. *Front Office Departement* dibagi menjadi beberapa seksi yang meliputi:

1. *Reservasi Section*; bertanggung jawab penuh akan kelancaran pemesanan kamar.
2. *Reception Section*; seksi ini menangani penerimaan tamu baik yang telah memesan maupun yang belum.
3. *Telepon Operator*; tidak hanya berfungsi sebagai penerima dan menyambungkan telepon tetapi juga menjalankan fungsi Reservasi, Up Selling, dan pusat informasi.
4. Seksi Informasi; bertanggung jawab atas kelancaran pemberian layanan informasi kepada tamu.

5. *Uniformend Service Section*; bertanggung jawab akan kelancaran pelayanan pengantaran tamu dan bawang bawaannya.
6. *Telephone Section*; bertanggung jawab akan kelancaran pelayanan telepon, pembayaran dan pemakaiannya kepada tamu.

2.2.4 Layanan Lingkungan hidup

Menurut Kandampully (2007, P. 90), layanan lingkungan hidup mengacu pada kebersihan dan pemeliharaan fasilitas, perabotan dan suasana hotel. Pada hotel ada departmen tersendiri yang di tugaskan untuk menjaga kebersihan dan melakukan pemeliharaan pada hotel yaitu *housekeeping department*.

Housekeeping adalah bagian yang memelihara kebersihan, kenyamanan, keindahan, kelengkapan kamar-kamar tamu, restoran, bar dan area umum dilingkungan hotel yang menjadi tanggungjawabnya menjaga kebersihan public area baik *front of the house* maupun di *back of the house*. Adapun tanggung jawab dari *housekeeping department* sebagai berikut:

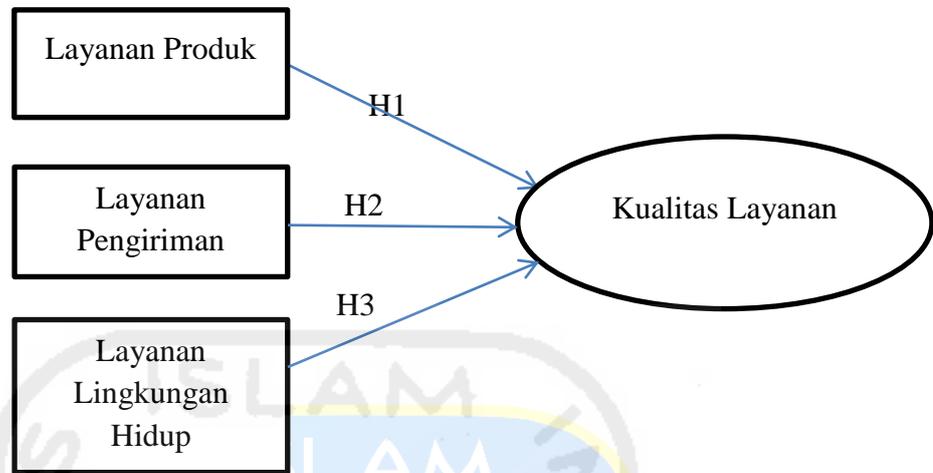
1. Menciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.
2. Menjaga kelestarian dan keindahan taman di area hotel.
3. Melaksanakan pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor.

4. Melakukan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel, termasuk taman dan kolam renang.

Pembagian kerja di *housekeeping department* meliputi:

1. Seksi kamar; mempunyai tugas didalam kamar yaitu make-up room juga making bed, mengganti handuk yang telah dipakai dengan yang baru dan segar, pembersihan dan disinfeksi kamar mandi dan menyediakan peralatan mandi yang baru, membersihkan debu karpet dan debu furniture, mengumpulkan sampah dan mengecek peralatan yang ada dikamar.
2. *Laundry section*; bertanggung jawab akan pencucian pakaian tamu.
3. *Gardening section*; bertanggung jawab akan kerapian dan kesuburan tanaman baik diarea luar bangunan hotel maupun didalam hotel.
4. *Recreation section*; bertanggung jawab akan kebersihan, kelengkapan peralatan maupun kondisinya terhadap fasilitas tamu yang ada di hotel.

2.3 Model dan Hipotesis Penelitian



Berdasarkan model penelitian diatas, maka hipotesis pada penelitian ini sebagai beriku:

H1 : Terdapat pengauh antara layanan produk dengan kualitas layanan secara keseluruhan.

H2 : Terdapat pengaruh antara layanan pengiriman dengan kualitas layanan secara keseluruhan.

H3 : Terdapat pengaruh antara layanan lingkungan hidup dengan kualitas layanan secara keseluruhan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Neo Malioboro yang beralamatkan di Jl. Ps. Kembang No.21, Sosromenduran, Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271. Kuesioner disebar secara langsung dan online melalui google forms kepada tamu yang menginap di hotel Neo Malioboro.

3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, entah secara negatif atau positif. Dalam penelitian ini variabel independennya sebagai berikut :

1. Layanan Produk

Identifikasi layanan produk adalah bukti fisik dari hotel, misalnya, akomodasi yang sebenarnya dan fasilitas hotel.

Indikator yang digunakan adalah:

- Interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik.
- Restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi.
- Sarana olahraga yang lengkap dan nyaman.

- Interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman.
- Tempat parkir yang aman dan luas.
- Bangunan hotel kokoh dan terawat baik.
- Taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan.

2. Layanan pengiriman

Didefinisikan sebagai aspek-aspek dari layanan yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan. Indikator yang digunakan adalah:

- Kemudahan pada saat pemesanan.
- Ketelitian pada saat pemesanan, check-in/check-out tanpa ada kesalahan.
- Ramah pada saat pemesanan, check-in dan check-out.
- Kecepatan melayani pada saat pemesanan, check-in/check-out.
- Melayani pelanggan dengan penuh perhatian.
- Berkomunikasi dengan baik
- Sopan pada saat melakukan pelayanan.

3. Layanan Lingkungan hidup

Mengacu pada penampilan dan kondisi fasilitas, perabot dan suasana yang merupakan bagian dari pertemuan layanan.

Indikator yang digunakan adalah:

- Kamar yang bersih
- Taman yang terpelihara, bersih, dan rapi
- Keadaan bangunan bersih dan terawat dengan baik (tidak berdebu, berlumut, sarang laba-laba, dan lain sebagainya).
- Pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor.
- Kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby dan tempat parkir)
- Suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang di pengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan secara keseluruhan dengan membandingkan harapan konsumen dengan kinerja perusahaan. Harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Harapan konsumen terhadap layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang mereka harapkan. Hal inilah yang disebut dengan gap (kesenjangan) kualitas layanan. Gap kualitas

layanan terjadi karena perbedaan antara kinerja manajemen dan harapan konsumen (Purnama,2006).

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahn yang relevan dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Berdasarkan sumbernya, data-data yang diperoleh menjadi:

1. Data primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisoner kepada para tamu hotel bintang 3 dan menggunakan google form.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer ataupun pihak lain, yang dapat dilakukan dengan cara studi pustaka yaitu dari berbagai sumber penulisan, baik berupa buku-buku atau literatur-literatur yang mendukung penelitian, serta yang berasal dari dalam perusahaan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

Pengukuran angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan pertanyaan yang diberikan dalam bentuk berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tingkat tertinggi, dengan pilihan tiga, lima, tujuh dan seterusnya serta harus ganjil. Skala Likert menghasilkan data interval. Skala Likert digunakan untuk mengukur variabel – variabel dependen, independen, dan moderat. Dalam memberikan jawaban responden menjawab daftar pertanyaan yang diberikan dengan menggunakan Skala Likert dengan lima kemungkinan jawaban yang tersedia. Masing – masing jawaban memiliki bobot skor yang berbeda sehingga dapat diolah kedalam bentuk data kuantitatif. Dari proses pemberian skor ini dihasilkan 5 kategori, yaitu :

Skor 5 : Sangat setuju

Skor 4 : setuju

Skor 3 : Kurang setuju

Skor 2 : Tidak setuju

Skor 1 : Sangat Tidak setuju

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Merupakan jumlah dari keseluruhan obyek yang akan diteliti pada wilayah tertentu. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang pernah menginap di Hotel Neo Malioboro Jl. Ps. Kembang No.21, Sosromenduran, Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271.

3.4.2 Sampel

Merupakan sebagian dari populasi yang diambil untuk diseidiki. Kemudian pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan convenience sampling, yaitu suatu nonprobability samples tidak terbatas. Pemilihan sampel dengan metode ini merupakan cara yang paling murah dan paling mudah untuk dilaksanakan. Peneliti mempunyai kebebasan untuk memilih siapa saja obyek yang menjadi target penelitian untuk dimasukkan menjadi sampel (Cooper dan Schindler, 2001; p.192). dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti rumus di bawah ini:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{z_{\frac{1}{2}} a}{E} \right)^2$$

Dimana

n : jumlah sample

$z \frac{1}{2} \alpha$: batas luar daerah nilai $z \frac{1}{2} \alpha$ adalah sebesar 1,96. Angka ini didapat dari tabel t , karena pada kondisi dimana nilai deviasi standar rata-rata tidak diketahui. Maka tabel-tabel tidak berdistribusi normal langsung sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas atau yang berjumlah besar akan mengikuti tabel Z .

E : kesalahan maksimum yang mungkin dialami. Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10% sedangkan deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampelnya adalah 96 orang.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis regresi liner berganda

Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yang digunakan untuk menguji hubungannya dengan variabel dependen. Variabel tersebut adalah layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup untuk di lihat pengaruhnya terhadap kualitas layanan (harapan dan kinerja).

Model Uji Regresi Linier berganda

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

Dimana:

Y : kualitas layanan yang diukur dengan gap

A : konstanta

Bn : koefisiensi regresi dari variabel x1, x2, x3

X1 : kinerja layanan produk

X2 : kinerja layanan pengiriman

X3 : kinerja layanan lingkungan hidup

3.5.2 Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara serentak variabel layanan produk, layanan pengiriman, layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan. Model ini digunakan untuk membuktikan kelayakan model penelitian maka digunakan uji F, yaitu untuk menguji

kebenaran koefisien regresi. Menurut Hasan (2006) Uji serentak yaitu uji statistik bagi koefisien regresi yang serentak atau bersama-sama mempengaruhi Y. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, (Hasan,2006):

a. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh X terhadap Y.

H_1 : Ada pengaruh X terhadap Y.

b. Menentukan taraf nyata (α) dan F tabel.

- Taraf nyata yang digunakan biasanya 5%(0,05) atau 1% (0.01).
- Nilai F tabel memiliki derajat bebas.

c. Menentukan kriteria pengujian.

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $F_0 \leq F_{\alpha}$.

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $F_0 > F_{\alpha}$.

d. Menentukan nilai uji statistik.

e. Membuat kesimpulan.

2. Uji Hipotesis dengan Uji parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis kedua dengan uji t yaitu adanya pengaruh kepemimpinan secara parsial/individu. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut:

a. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : $B = B_0$ (tidak ada hubungan antara X dan Y).

H_1 : $B > B_0$ (ada hubungan positif antara X dan Y).

H_i : $B < B_0$ (ada hubungan negatif antara X dan Y).

$H_2 : B \neq B_0$ (ada hubungan antara X dan Y).

b. Menentukan taraf nyata (α) dan t tabel

- Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0.05) atau 1% (0,01).
- Nilai t tabel memiliki derajat bebas.

c. Menentukan kriteria pengujian

- Untuk H_0 : Tidak ada hubungan positif antara X_i dan Y.

H_1 : Adanya hubungan positif antara X_i dan Y.

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 \leq t_\alpha$.

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 > t_\alpha$.

- Untuk H_0 : Tidak ada hubungan negatif antara X_i dan Y.

H_1 : Adanya hubungan negatif antara X_i dan Y.

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 \geq -t_\alpha$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 < -t_\alpha$

- Menentukan nilai uji statistik.
- Membuat kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menyajikan hasil penelitian setelah semua data – data yang diperlukan dalam penelitian ini terkumpul. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab dua. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis dapat diterima atau tidak.

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini meliputi karakteristik responden dan analisis jawaban responden terhadap variabel penelitian.

4.1.1 Analisis Deskripsi Identitas Responden

Identitas responden digunakan untuk memberi gambaran tamu yang pernah menginap di Hotel Neo Malioboro yang menjadi objek penelitian, apakah dengan identitas yang berbeda beda mempunyai penilaian yang sama atau tidak.

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 96 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin di tunjukan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	38	39,58
Perempuan	58	60,42
Jumlah	96	100

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan responden laki-laki sebanyak 38 orang atau 39,58% dan responden perempuan sebanyak 58 orang atau 60,42%.

2. Identitas responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 96 responden diperoleh data tentang tingkat usia responden. Identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 17	5	5,2
18 – 28	65	67,7
29 – 39	16	16,7
40 – 49	8	8,3
>50	2	2,1
Jumlah	96	100

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 5,2 % responden berumur < 17 tahun, 67,7 % responden berumur 18-28 tahun, 16,7 % responden berumur 29-39 tahun, 8,3 % responden berumur 40-49 tahun dan 2,1 % responden berumur > 50 tahun. Hal ini menunjukkan

bahwa pelanggan terbesar dari Hotel Neo Malioboro berusia 18-28 tahun.

3. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 96 responden diperoleh data tentang tingkat pendidikan terakhir. Identitas berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMA/ Sederajat	44	45,8
Diploma (D1-D3)	12	12,5
S1	24	25
S2	7	7,3
S3	9	9,4
Lain-lain	0	0,0
Jumlah	96	100

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 45,8 % responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA, 12,5 % responden memiliki tingkat pendidikan terakhir Diploma, 25 % responden memiliki tingkat pendidikan terakhir S1, 7,3 % responden memiliki tingkat pendidikan terakhir S2, 9,4 % responden memiliki tingkat pendidikan terakhir S3. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tamu Hotel Neo Malioboro memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA.

4. Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 96 responden diperoleh data tentang pekerjaan responden. Identitas tentang jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/ Mahasiswa	52	54,17
Pegawai Negeri	14	14,58
Pegawai Swasta	15	15,62
Wiraswasta	11	11,46
Lain-Lain	4	4,17
Jumlah	96	100

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 54,17 % responden memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, 14,58 % responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri, 15,62 % responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, 11,46 % responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, sisanya 4,17 % responden memiliki pekerjaan lain - lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Hotel Neo Malioboro memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa.

5. Identitas Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 96 responden diperoleh data tentang sumber informasi. Identitas berdasarkan sumber informasi responden dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Sumber Informasi	Jumlah	Persentase (%)
Teman atau Keluarga	29	30.22
Rekomendasi Tempat Kerja	11	11.46
Surat Kabar Elektronik	6	6.25
Surat Kabar	8	8.33
Iklan	2	2.08
Sosial media	32	33.33
Lain-Lain	8	8.33
Jumlah	96	100

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa 30,22 % responden mendapatkan informasi melalui Teman / keluarga, 11,46 % responden mendapatkan informasi melalui rekomendasi tempat kerja ,6,25 % responden mendapatkan informasi melalui surat kabar , 8,33 % responden mendapatkan informasi melalui surat kabar elektronik, 2,08 % responden mendapatkan informasi melalui iklan, 33,33 % responden mendapatkan informasi melalui sosial media (Instagram, Facebook, Line, WA, dll), sisanya 8,33 % responden mendapatkan informasi melalui lain - lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Hotel Neo Malioboro mendapatkan informasi melalui sosial media (Instagram, Facebook, Line, WA, dll).

4.1.2 Analisis Deskriptif Per-Atribut

Besarnya interval penilaian sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{(\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{Banyaknya kelas}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8$$

Dari perhitungan tersebut, interval nilai untuk penghitungan rata – rata skor setiap pertanyaan ditentukan sebagai berikut :

1. Nilai yang berada diantara 1.0 – 1.8 dinyatakan sangat tidak baik
2. Nilai yang berada diantara 1.81 – 2.60 dinyatakan tidak baik
3. Nilai yang berada diantara 2.61 – 3.40 dinyatakan sedang
4. Nilai yang berada diantara 3.41 – 4.20 dinyatakan baik
5. Nilai yang berada diantara 4.21 – 5.00 dinyatakan sangat baik

1. Layanan Produk (Harapan)

Hasil penilaian responden terhadap variabel terhadap layanan produk sebagai berikut:

Tabel 4.6**Analisis Statistik Deskriptif Layanan Produk (Harapan)**

No	Pertanyaan	Nilai rata-rata	Kriteria
1	Seharusnya hotel memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik	4.85	Sangat baik
2	Seharusnya hotel memiliki restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi	4.72	Sangat baik
3	Seharusnya hotel memiliki sarana olahraga yang lengkap dan nyaman	4.55	Sangat baik
4	Seharusnya hotel memiliki interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman,	4.72	Sangat baik
5	Seharusnya hotel memiliki tempat parkir yang aman dan luas	4.77	Sangat baik
6	Seharusnya bangunan hotel kokoh dan terawat baik	4.76	Sangat baik
7	Seharusnya hotel memiliki taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan	4.71	Sangat baik
	Nilai rata-rata	4.73	Sangat baik

Tabel 4.6 menunjukkan nilai harapan dari layanan produk dengan nilai rata-rata 4.73. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Sangat Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.85 dan penilaian terendah terdapat pada item

pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.71.

2. Layanan Pengiriman (Harapan)

Hasil penilaian responden variabel layanan pengiriman sebagai berikut:

Tabel 4.7

Analisis Statistik Deskriptif Layanan Pengiriman (Harapan)

No	Pertanyaan	Nilai rata-rata	Kriteria
1	Karyawan hotel seharusnya memberikan kemudahan pada saat pemesanan	4.74	Sangat baik
2	Karyawan hotel seharusnya teliti pada saat pemesanan, check-in/check-out tanpa ada kesalahan	4.73	Sangat baik
3	Karyawan hotel seharusnya ramah pada saat pemesanan, check-in dan check-out	4.8	Sangat baik
4	Karyawan hotel seharusnya melayani dengan cepat pada saat pemesanan, check-in/check-out	4.7	Sangat baik
5	Karyawan hotel seharusnya melayani pelanggan dengan penuh perhatian	4.71	Sangat baik
6	Karyawan hotel seharusnya mampu berkomunikasi dengan Baik	4.90	Sangat baik
7	Karyawan hotel seharusnya sopan pada saat melakukan pelayanan	4.85	Sangat baik
Nilai rata-rata		4.77	Sangat baik

Tabel 4.7 menunjukkan nilai harapan dari layanan pengiriman dengan nilai rata-rata 4.77. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Sangat Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu Karyawan hotel seharusnya mampu berkomunikasi dengan baik dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.90 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu Karyawan hotel seharusnya melayani dengan cepat pada saat pemesanan, check-in/check-out dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.70.

3. Layanan Lingkungan Hidup (Harapan)

Hasil penilaian responden terhadap variabel terhadap layanan lingkungan hidup sebagai berikut:

Tabel 4.8

Analisis Statistik Deskriptif Layanan Lingkungan Hidup (Harapan)

No	Pertanyaan	Nilai rata-rata	Kriteria
1	Seharusnya hotel memiliki kamar yang bersih	4.80	Sangat baik
2	Seharusnya hotel memiliki taman yang terpelihara, bersih, dan rapi	4.69	Sangat baik
3	Seharusnya keadaan bangunan bersih dan terawat dengan baik (tidak berdebu, berlumut, sarang laba-laba, dan lain sebagainya).	4.73	Sangat baik
4	Karyawan hotel seharusnya melaksanakan pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor.	4.72	Sangat baik
5	Karyawan hotel seharusnya melakukan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby, tempat parkir dan taman	4.76	Sangat baik
6	Seharusnya hotel menciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.	4.72	Sangat baik
Nilai rata-rata		4.74	Sangat baik

Tabel 4.8 menunjukkan nilai harapan dari layanan lingkungan hidup dengan nilai rata-rata 4.74. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Sangat Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki kamar

yang bersih dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.80 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki taman yang terpelihara, bersih, dan rapi dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.69.

4. Layanan Produk (Kinerja)

Hasil penilaian responden terhadap variabel terhadap layanan produk sebagai berikut:

Tabel 4.9
Analisis Statistik Deskriptif Layanan Produk (Kinerja)

No	Pertanyaan	Nilai rata-rata	Kriteria
1	Seharusnya hotel memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik	4.74	Sangat baik
2	Seharusnya hotel memiliki restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi	4.60	Sangat baik
3	Seharusnya hotel memiliki sarana olahraga yang lengkap dan nyaman	4.61	Sangat baik
4	Seharusnya hotel memiliki interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman,	4.58	Sangat baik
5	Seharusnya hotel memiliki tempat parkir yang aman dan luas	4.55	Sangat baik
6	Seharusnya bangunan hotel kokoh dan terawat baik	4.67	Sangat baik
7	Seharusnya hotel memiliki taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan	4.59	Sangat baik
Nilai rata-rata		4.62	Sangat baik

Tabel 4.9 menunjukkan nilai kinerja dari layanan produk dengan nilai rata-rata 4.62. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Sangat Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.74 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki tempat parkir yang aman dan luas dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.55.

5. Layanan Pengiriman (Kinerja)

Hasil penilaian responden variabel layanan pengiriman sebagai berikut:

Tabel 4.10**Analisis Statistik Deskriptif Layanan Pengiriman (Kinerja)**

No	Pertanyaan	Nilai rata-rata	Kriteria
1	Karyawan hotel seharusnya memberikan kemudahan pada saat pemesanan	4.61	Sangat baik
2	Karyawan hotel seharusnya teliti pada saat pemesanan, check-in/check-out tanpa ada kesalahan	4.60	Sangat baik
3	Karyawan hotel seharusnya ramah pada saat pemesanan, check-in dan check-out	4.60	Sangat baik
4	Karyawan hotel seharusnya melayani dengan cepat pada saat pemesanan, check-in/check-out	4.59	Sangat baik
5	Karyawan hotel seharusnya melayani pelanggan dengan penuh perhatian	4.66	Sangat baik
6	Karyawan hotel seharusnya mampu berkomunikasi dengan Baik	4.76	Sangat baik
7	Karyawan hotel seharusnya sopan pada saat melakukan pelayanan	4.67	Sangat baik
	Nilai rata-rata	4.64	Sangat baik

Tabel 4.10 menunjukkan nilai kinerja dari layanan pengiriman dengan nilai rata-rata 4.64. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Sangat Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu Karyawan hotel seharusnya mampu berkomunikasi dengan baik dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.76 dan

penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu Karyawan hotel seharusnya melayani dengan cepat pada saat pemesanan, check-in/check-out dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.59.

6. Layanan Lingkungan Hidup (Kinerja)

Hasil penilaian responden terhadap variabel terhadap layanan lingkungan hidup sebagai berikut:

Tabel 4.11
Analisis Statistik Deskriptif Layanan Lingkungan Hidup (Kinerja)

No	Pertanyaan	Nilai rata-rata	Kriteria
1	Seharusnya hotel memiliki kamar yang bersih	4.67	Sangat baik
2	Seharusnya hotel memiliki taman yang terpelihara, bersih, dan rapi	4.63	Sangat baik
3	Seharusnya keadaan bangunan bersih dan terawat dengan baik (tidak berdebu, berlumut, sarang laba-laba, dan lain sebagainya).	4.71	Sangat baik
4	Karyawan hotel seharusnya melaksanakan pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor.	4.56	Sangat baik
5	Karyawan hotel seharusnya melakukan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby, tempat parkir dan taman	4.64	Sangat baik
6	Seharusnya hotel mennciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.	4.66	Sangat baik
Nilai rata-rata		4.70	Sangat baik

Tabel 4.11 menunjukkan nilai kinerja dari layanan lingkungan hidup dengan nilai rata-rata 4.70. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa responden memberikan penilaian Sangat Baik pada seluruh item pertanyaan. Penilaian tertinggi terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya keadaan bangunan bersih dan terawat dengan baik (tidak berdebu, berlumut, sarang laba-laba, dan lain sebagainya) dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.71 dan penilaian terendah terdapat pada item pertanyaan yaitu Seharusnya hotel memiliki taman yang terpelihara, bersih, dan rapi dimana nilai rata-ratanya yaitu 4.63.

4.2 Pengujian Kualitas Data

Dalam pengujian kualitas data, penguji menggunakan uji validitas dan reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan mempunyai kekuatan validitas, tidak dapat dipisahkan dari dua prinsip validitas yaitu unsur ketepatan dan unsur ketelitian. Validitas dalam konteks ini mensyaratkan alat ukur harus mampu mengukur perbedaan yang benar – benar terjadi pada obyek yang diukur. Alat ukur harus sensitif terhadap seluruh perbedaan yang ada pada variabel dan perubahan kemungkinan terjadi pada variabel (Sekaran, 2006).

Terdapat beberapa cara untuk menguji validitas yaitu analisis korelasional (correlational analysis), analisis faktor (factor analysis), dan multikarakter (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas analisis korelasional yaitu analisis korelasi bivariate Pearson, dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS versi 16.0. item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan responden sebanyak 96 di peroleh r_{tabel} sebesar 0,201 dengan sig. 0,05. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.11 dan 4.12

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Harapan

Variabel	Item	Koefisiensi Korelasi	Nilai Kritis	Keterangan
Layanan Produk	A1	0,547	0,201	Valid
	A2	0,506	0,201	Valid
	A3	0,570	0,201	Valid
	A4	0,531	0,201	Valid
	A5	0,455	0,201	Valid
	A6	0,496	0,201	Valid
	A7	0,674	0,201	Valid
Layanan Pengiriman	B1	0,431	0,201	Valid
	B2	0,541	0,201	Valid
	B3	0,531	0,201	Valid
	B4	0,541	0,201	Valid
	B5	0,561	0,201	Valid
	B6	0,493	0,201	Valid
	B7	0,613	0,201	Valid
Layanan Lingkungan Hidup	C1	0,606	0,201	Valid
	C2	0,613	0,201	Valid
	C3	0,513	0,201	Valid
	C4	0,553	0,201	Valid
	C5	0,559	0,201	Valid
	C6	0,676	0,201	Valid

Dari tabel 4.11 diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0,201$, sehingga semua indikator tersebut valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Kinerja

Variabel	Item	Koefisiensi Korelasi	Nilai Kritis	Keterangan
Layanan Produk	A1	0,742	0,201	Valid
	A2	0,632	0,201	Valid
	A3	0,611789	0,201	Valid
	A4	0,611	0,201	Valid
	A5	0,719	0,201	Valid
	A6	0,611	0,201	Valid
	A7	0,742	0,201	Valid
Layanan Pengiriman	B1	0,742	0,201	Valid
	B2	0,634	0,201	Valid
	B3	0,789	0,201	Valid
	B4	0,611	0,201	Valid
	B5	0,719	0,201	Valid
	B6	0,611	0,201	Valid
	B7	0,742	0,201	Valid
Layanan Lingkungan Hidup	C1	0,742	0,201	Valid
	C2	0,719	0,201	Valid
	C3	0,732	0,201	Valid
	C4	0,776	0,201	Valid
	C5	0,779	0,201	Valid
	C6	0,762	0,201	Valid

Dari tabel 4.12 diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0,201$, sehingga semua indikator tersebut valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diajukan untuk mengetahui apakah pengukuran telah terbebas dari kesalahan (error) sehingga memberikan hasil pengukuran yang konsisten pada kondisi yang berbeda dan pada masing – masing butir dalam instrumen. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan item total correlation dan Cronbach's α yang mencerminkan konsisten internal alat ukur (Sekaran, 2006).

Nilai Cronbach's α dikatakan reliabel ketika nilai koefisien lebih besar atau sama dengan 0,6 (Ghozali, 2005, hlm. 42). Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel 4.13 dan tabel 4.14.

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas Harapan

Variabel	Alpa Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Layanan Produk	0,732	0,6	Reliabel
Layanan Pengiriman	0,733	0,6	Reliabel
Layanan Lingkungan Hidup	0,731	0,6	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisiensi keseluruhan lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6 sehingga seluruh item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas Kinerja

Variabel	Alpa Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Layanan produk	0,775	0,6	Reliabel
Layanan Pengiriman	0,775	0,6	Reliabel
Layanan Lingkunagn Hidup	0,776	0,6	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisiensi keseluruhan lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,6 sehingga seluruh item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

4.3 Analisis Regresi Liner Berganda

Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak komputer program SPSS versi 16.0.

4.3.1 Model Persamaan Regresi Liner Berganda

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap pada Hotel Neo Malioboro dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.15**Hasil Regresi**

Variabel Independen	Koefisiensi Regresi	Sig-t (p-value)	Korelasi Parsial (r)	Koefisiensi Korelasi Parsial (r ²)
Layanan Produk	0,197	0,065	0,191	0,036
Layanan Pengiriman	0,447	0,000	0,378	0,143
Layanan Lingkungan Hidup	0,211	0,064	0,192	0,037
F hitung	51,912			
Sig-F	0,000			
Adjusted R ²	0,617			

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi liner berganda sebagai berikut:

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

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi liner berganda maka didapat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,197X_1 + 0,447X_2 + 0,211X_3$$

Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi tersebut maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

1. Koefisien Layanan Produk

Layanan Produk (X₁) mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,197. Hal ini berarti apabila layanan produk meningkat satu-satuan maka kualitas layanan juga akan meningkat sebesar 0,197 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

2. Koefisien Layanan Pengiriman

Layanan Pengiriman (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,447. Hal ini berarti apabila layanan pengiriman meningkat satu-satuan maka kualitas layanan juga akan meningkat sebesar 0,447 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

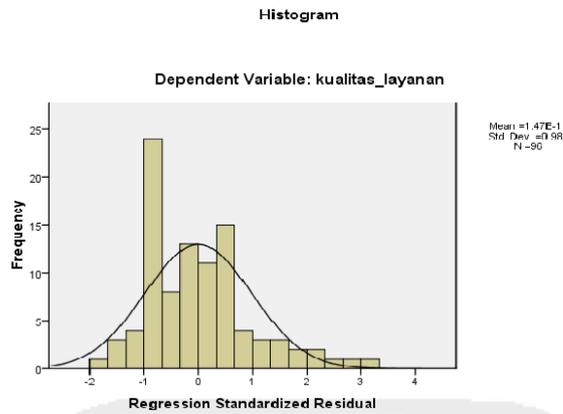
3. Koefisiensi Layanan Lingkungan Hidup

Layanan Lingkungan Hidup (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas layanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,211. Hal ini berarti apabila layanan lingkungan hidup meningkat satu-satuan maka kualitas layanan juga akan meningkat sebesar 0,211 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Residual

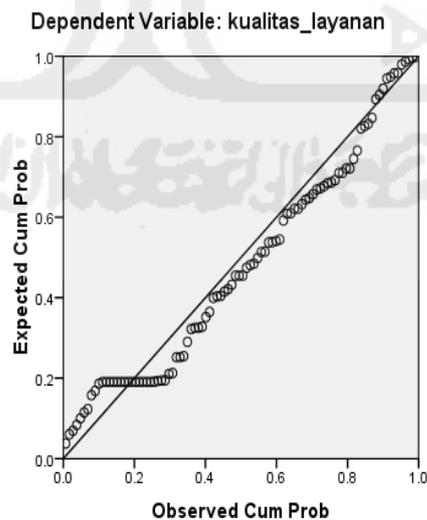
Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel residual mempunyai distribusi normal, seperti diketahui uji t dan uji F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar 4.3, sebagai berikut:



Gambar 4.3
Hasil Pengujian Normalitas

Dari gambar 4.3 dapat diketahui bahwa data menyebar merata cenderung mengikuti kurva normal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data distribusi normal. Demikian juga output Normal P-P Plot berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.4
Hasil P-P Plot

2. Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat diketahui dari nilai VIF untuk masing-masing indikator. Persyaratan untuk dapat dikatakan terbebas dari multikolinier adalah nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak terkena gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel 4.16, sebagai berikut:

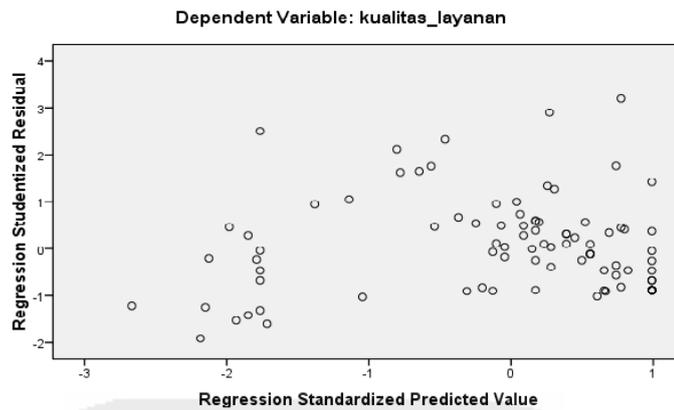
Tabel 4.16
Asumsi Klasik Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
Layanan produk	0,363	2,754
Layanan Pengiriman	0,311	3,217
Layanan Lingkungan Hidup	0,319	3,132

Berdasarkan tabel 4.16 nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatter plot nilai residual variabel dependen. Pengambilan kesimpulan diketahui dari memperhatikan sebaran plot. Jika sebaran tidak mengumpul pada satu sudut maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga data dikatakan homogen. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada gambar 4.5, sebagai berikut:



Gambar 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.5 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

4.3.3 Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Untuk Regresi Secara Serentak

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serentak variabel layanan produk, layanan pengiriman, layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan pada Hotel Neo Malioboro. Pengujian dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan tingkat signifikansi 5%. Adapun prosedur pengujian hipotesis, sebagai berikut:

- Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variabel bebas (X) tidak bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya variabel bebas (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (Y).

- Uji statistik yang digunakan adalah uji F.
- Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5 persen sehingga nilai sig-f sebesar 0,000.
- Kesimpulan

Ho diterima apabila p value (sig f) $> 0,05$

Ho ditolak apabila p value (sig f) $\leq 0,05$

Berdasarkan tabel 4.10 di ketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 51,912 dengan p value sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi 5% maka hasil tersebut signifikan karena nilai p value $0,000 < 0,05$, maka Ho ditolak. Hal ini menunjukkan variabel layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan.

2. Uji Hipotesis secara Parsial

Uji secara parsial untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait digunakan uji t. Dengan membandingkan p value (sig-t) dengan taraf signifikansi 5%, dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

- Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variabel bebas (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (Y).

- Uji statistik yang digunakan adalah uji t.
- Kesimpulan

Ho diterima apabila $p \text{ value} > 0,05$

Ho ditolak apabila $p \text{ value} < 0,05$

a. Pengujian variabel Layanan Produk (X_1)

Berdasarkan tabel 4.15 variabel layanan produk diperoleh p value sebesar 0,065. Oleh karena itu nilai sig t ($0,065$) $> 0,05$, maka dapat disimpulkan Ho di terima berarti layanan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dari uji korelasi parsial di dapat nilai untuk layanan produk sebesar 0,191. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan pengaruh layanan produk terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,191 atau 19,1%.

b. Pengujian variabel Layanan Pengiriman (X_2)

Berdasarkan tabel 4.15 variabel layanan lingkungan hidup di peroleh p-value sebesar 0,000. Oleh karena itu nilai sig t ($0,000$) $< 0,05$, maka dapat disimpul Ho ditolak yang berarti layanan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan. Dari uji korelasi parsial di dapat nilai untuk layanan pengiriman sebesar 0,378. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi layanan pengiriman, maka semakin tinggi kualitas layanannya secara keseluruhan dan pengaruh

layanan pengiriman terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,378 atau 37,8%.

c. Pengujian variabel Layanan Lingkungan hidup (X_3)

Berdasarkan tabel 4.15 variabel layanan lingkungan hidup diperoleh p-value (0,064) , oleh karena itu nilai sig t (0,064) > 0,05, maka dapat disimpulkan H_0 diterima yang berarti layanan lingkungan hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dari uji korelasi parsial di dapat nilai sebesar 0,192. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dan pengaruh layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,192 atau 19,2%.

4.3.4 Analisis Koefisiensi Determinasi Ganda

Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda yang digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai R^2 (R square), maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Kemampuan garis regresi yang diperoleh untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada Y ditunjukkan pada besarnya koefisien R^2 . Apabila ingin melihat pengaruh penambahan suatu perubah kedalam suatu persamaan regresi, maka lebih baik melihat pengaruhnya terhadap *Adjusted R Square* daripada hanya melihat *R square*-nya (Rietveld dan Sunaryanto, 1994). Pada tabel 4.15 koefisien *Adjusted R Square* sebesar 0,617 maka dapat diartikan bahwa 61,7% kualitas layanan dipengaruhi oleh Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan

Lingkungan Hidup. Sedangkan sisanya sebesar 38,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.3.5 Analisis Korelasi Koefisien Determinasi Parsial

Untuk mengetahui faktor layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup digunakan bobot pengaruh yang ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial. Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) terbesar ditunjukkan oleh variabel layanan pengiriman (X_2) sebesar 0,143 atau 14,3 %. Dengan demikian variabel layanan pengiriman mempunyai pengaruh paling besar terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

4.4 Pembahasan dan Implikasi

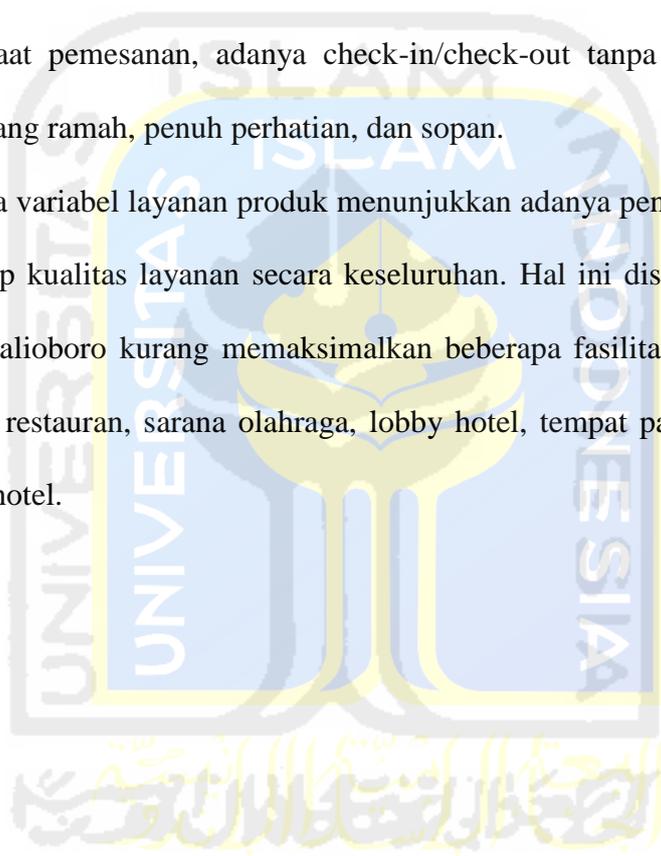
Hasil analisis regresi linear berganda pada persamaan menunjukkan bahwa layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, layanan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Hasil penelitian ini tidak terlalu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dennis A. et al. (2013) yang meneliti tentang “*Measuring service quality in mid-scale hotels*”. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel independen berupa layanan produk, layanan pengiriman dan layanan lingkungan hidup dan variabel dependen berupa kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang tepat yang dimanfaatkan secara efektif untuk mengukur kualitas layanan dalam hotel skala menengah. Penelitian ini dilakukan kepada tamu hotel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan produk dan layanan lingkungan hidup mempunyai

pengaruh signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Sedangkan dalam penelitian ini, layanan produk dan layanan lingkungan hidup mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel layanan pengiriman terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Hal ini disebabkan karena Hotel Neo Malioboro mampu memberikan kemudahan pada saat pemesanan, adanya check-in/check-out tanpa kesalahan, karyawan hotel yang ramah, penuh perhatian, dan sopan.

Pada variabel layanan produk menunjukkan adanya pengaruh tidak signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Hal ini disebabkan karena Hotel Neo Malioboro kurang memaksimalkan beberapa fasilitas fisik seperti interior kamar, restoran, sarana olahraga, lobby hotel, tempat parkir, dan taman yang ada di hotel.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi liner berganda di dapat kesimpulan sebagai berikut :
 - a. Layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan.
 - b. Layanan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi layanan pengiriman, maka semakin tinggi kualitas layanannya.
 - c. Layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan
2. Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel yaitu layanan produk (X1), layanan pengiriman (X2) dan layanan lingkungan hidup (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 51,91. Pada tingkat signifikansi p value sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan koefisien Adjusted R Square sebesar 0,617 maka dapat diartikan bahwa 61,7% kualitas layanan dipengaruhi oleh Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup. Sedangkan sisanya sebesar 38,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4. Dari hasil uji korelasi parsial di dapat nilai pengaruh layanan produk terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,191 atau 19,1%. Pengaruh layanan pengiriman terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,378 atau 37,8%. Pengaruh layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,192 atau 19,2%. Dengan demikian variabel layanan pengiriman mempunyai pengaruh paling besar terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.
5. Dari hasil perhitungan dari diagram kartesius, hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:
- a. Kuadran A (Prioritas Utama)
Atribut yang berada dalam kuadran A adalah tempat parkir hotel yang aman dan luas, ramah pada saat pemesanan, check-in dan check-out dan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby,tempat parkir dan taman).
 - b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
Atribut yang berada dalam kuadran B adalah interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik, bangunan hotel kokoh dan terawat baik, karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik, sopan pada saat melakukan pelayanan dan kamar hotel yang bersih.
 - c. Kuadran C (Prioritas Rendah)
Atribut yang berada dalam kuadran C adalah restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi, sarana olahraga yang lengkap dan nyaman, interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman, taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan, kemudahan pada saat pemesanan, ketelitian

pada saat pemesanan, check-in/check-out, melayani dengan cepat pada saat check-in/check-out dan tatanan yang terpelihara, bersih, dan rapi.

d. Kuadran D (Terlalu Berlebih)

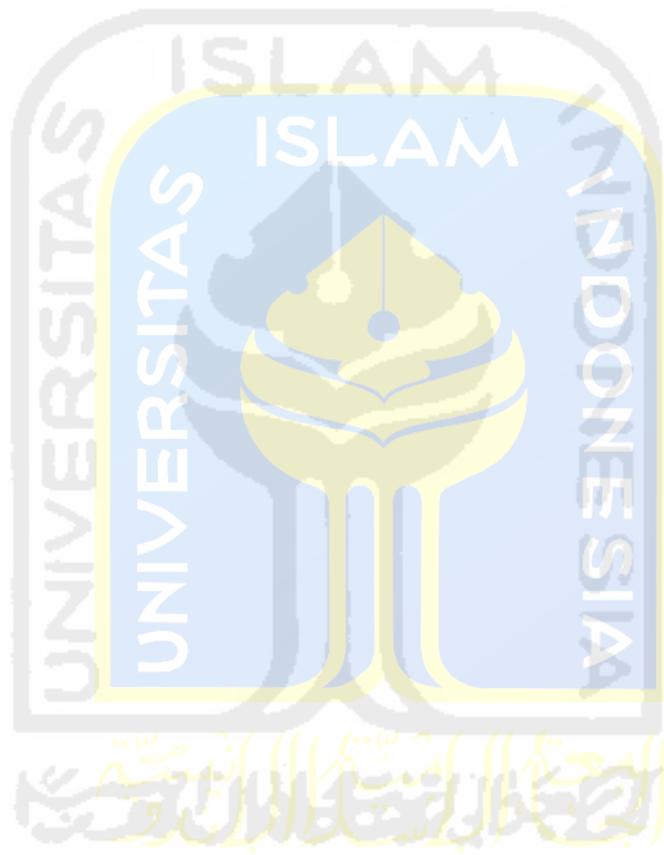
Atribut yang berada dalam kuadran D adalah melayani pelanggan dengan penuh perhatian, bangunan bersih dan terawat dengan baik, pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor dan menciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.

5.2 SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis data diatas, penulis menyampaikan beberapa saran yang bersangkutan dengan penelitian ini kepada Hotel Neo Malioboro sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan hotel, diantaranya sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Hotel Neo Malioboro perlu meningkatkan kualitas layanan dari segi variabel layanan produk dan layanan lingkungan hidup. Segi variabel layanan produk sebaiknya Hotel Neo Malioboro meningkatkan perhatian dan kepedulian dari segi fisik Hotel Neo Malioboro, seperti Interior kamar hotel, restaurant, sarana olahraga, lobby hotel, bangunan hotel, tempat parkir dan taman hotel. Dari segi variabel layanan lingkungan hidup sebaiknya Hotel Neo Malioboro meningkatkan perhatian dan kepedulian dari penampilan dan kondisi fasilitas, perabot dan suasana dari hotel.
2. Pihak manajemen Hotel Neo Malioboro perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan pada variabel layanan pengiriman yaitu

aspek-aspek dari layanan yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan.



DAFTAR PUSTAKA

Bitner, M.J., Booms, B.H. and Stanfield, T.M. (1990), "*The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents*", *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 1, pp. 71-84.

Dennis A. Rauch, M. D. (2013). "*Measuring service quality inmid-scale hotels*". *Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, pp 87-106.

Hasan, I. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta : PT Bumi Aksara.

Heskett, J.L., Sasser, W.E. and Schlesinger, L.A. (1997), "*The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*", The Free Press, New York, NY.

Kandampully, J. (2007), *Services Management: "The New Paradigm in Hospitality"*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Kandampully, J., Juwaheer, T.D. and Hu, H-H. (2011), "*The influence of a hotel firm's quality of service and image and its effect on tourism customer loyalty*", *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol. 12 No. 1, pp. 21-42.

Kandampully, J. and Suhartanto, D. (2000), "*Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image*", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 12 No. 6, pp. 346-351.

Komar, R. (2014). *Hotel Management*. Jakarta: Grasindo.

Larasati, S. (2015). *Excellent Hotel Operation*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1994), “*Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research*”, *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 1, pp. 111-125.

Peng-Tien Lieu, J.-H. L.-B.-F. (2006). “*The Establishment of Service Quality Model of Hotel Industry*”, *Journal of Accounting Finance & Management Strategy*, . pp1-14.

Purnama, n. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.

Sudarmanto, R. G. (2005). *Analisis Regresi Liner Ganda dengan SPSS*. Bandar Lampung: Graha Ilmu.

Sekaran U, 2006. *Research Methods For Business*. Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat

Sekaran U, 2006. *Research Methods For Business*. Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat

Susan Mbuthia, C. M. (2013). *Hotel Service Quality: Perceptions And Satisfaction*. *Arabian Journal of Business and Management Review*.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Menilai harapan yang di inginkan pelanggan pada hotel neo malioboro dengan indikator sebagai berikut:

A. Layanan Produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Seharusnya hotel memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik					
2	Seharusnya hotel memiliki restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi					
3	Seharusnya hotel memiliki sarana olahraga yang lengkap dan nyaman					
4	Seharusnya hotel memiliki interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman,					
5	Seharusnya hotel memiliki tempat parkir yang aman dan luas					
6	Seharusnya bangunan hotel kokoh dan terawat baik					
7	Seharusnya hotel memiliki taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan					

B. Layanan Pengiriman

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan hotel seharusnya memberikan kemudahan pada saat pemesanan					
2	Karyawan hotel seharusnya teliti pada saat pemesanan, check-in/check-out tanpa ada kesalahan					
3	Karyawan hotel seharusnya ramah pada saat					

	pemesanan, check-in dan check-out					
4	Karyawan hotel seharusnya melayani dengan cepat pada saat pemesanan, check-in/check-out					
5	Karyawan hotel seharusnya melayani pelanggan dengan penuh perhatian					
6	Karyawan hotel seharusnya mampu berkomunikasi dengan Baik					
7	Karyawan hotel seharusnya sopan pada saat melakukan pelayanan					

C. Layanan Lingkungan Hidup

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Seharusnya hotel memiliki kamar yang bersih					
2	Seharusnya hotel memiliki taman yang terpelihara, bersih, dan rapi					
3	Seharusnya keadaan bangunan bersih dan terawat dengan baik (tidak berdebu, berlumut, sarang laba-laba, dan lain sebagainya).					
4	Karyawan hotel seharusnya melaksanakan pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor.					
5	Karyawan hotel seharusnya melakukan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby,tempat parkir dan taman					
6	Seharusnya hotel mennciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.					

**MENILAI KINERJA HOTEL NEO MALOBORO DENGAN
INDIKATOR SEBAGAI BERIKUT:**

A. Layanan Produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Hotel memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik					
2	Hotel memiliki restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi					
3	Hotel memiliki sarana olahraga yang lengkap dan nyaman					
4	Hotel memiliki interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman,					
5	Hotel memiliki tempat parkir yang aman dan luas					
6	Bangunan hotel kokoh dan terawat baik					
7	Hotel memiliki taman yang terletak di dalam atau diluar bangunan					

B. Layanan Pengiriman

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan hotel memberikan kemudahan pada saat pemesanan					
2	Karyawan hotel memiliki ketelitian pada saat pemesanan, check-in/check-out tanpa ada kesalahan					
3	Karyawan hotel ramah pada saat pemesanan, check-in dan check-out					
4	Karyawan hotel mampu melayani dengan cepat pada saat check-in/check-out					

5	Karyawan hotel mampu melayani pelanggan dengan penuh perhatian					
6	Karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan Baik					
7	Karyawan hotel sopan pada saat melakukan pelayanan					

C. Layanan Lingkungan Hidup

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Hotel memiliki kamar yang bersih					
2	Hotel memiliki taman yang terpelihara, bersih, dan rapi					
3	Keadaan bangunan bersih dan terawat dengan baik (tidak berdebu, berlumut, sarang laba-laba, dan lain sebagainya).					
4	Karyawan hotel melaksanakan pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor.					
5	Karyawan hotel melakukan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby, tempat parkir dan taman)					
6	Hotel mennciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.					

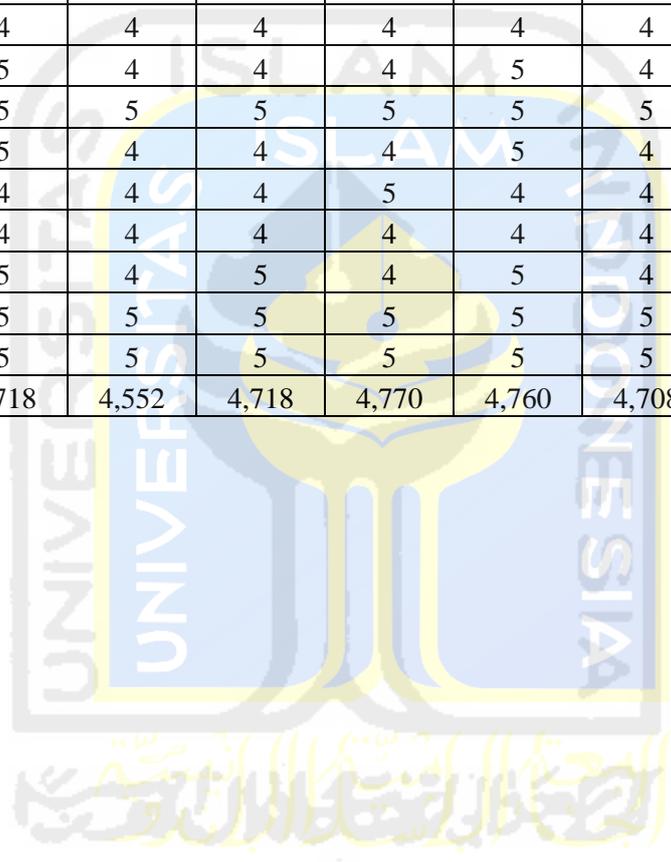
LAMPIRAN 2

HASIL TANGGAPAN RESPONEN

HARAPAN LAYANAN PRODUK

A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	Rata2	Jumlah
5	5	4	5	5	4	5	4,714	33
5	4	5	5	5	4	5	4,714	33
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	4	4	5	5	5	5	4,714	33
4	4	4	5	5	4	4	4,285	30
5	4	5	5	5	5	5	4,857	34
5	4	5	5	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	4,857	34
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	4	4	5	4,714	33
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	4	5	5	4	5	4,714	33
5	5	4	5	5	4	5	4,714	33
5	5	4	5	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	4	5	5	4,857	34
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	4	4	5	4,714	33
5	5	5	5	4	4	4	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	4	4	4	5	5	4,571	32
5	5	4	5	5	5	5	4,857	34
5	5	4	5	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	5	4	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	5	5	4	4,571	32

5	4	4	4	5	5	5	4,571	32
5	4	5	4	4	4	4	4,285	30
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	5	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	4	4	4,571	32
5	5	4	5	5	5	4	4,714	33
5	4	4	3	5	5	5	4,428	31
4	4	4	4	5	5	4	4,285	30
4	5	3	4	5	5	4	4,285	30
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	4	4	5	4	4,285	30
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	4	5	4	4,428	31
5	4	4	4	5	4	4	4,285	30
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	5	4	5	4	4,428	31
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4,854	4,718	4,552	4,718	4,770	4,760	4,708	4,725	33,083



LAMPIRAN 3

DATA HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

HARAPAN LAYANAN PENGIRIMAN

B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	Rata2	Jumlah
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	4	5	5	4	4,571	32
5	4	5	5	4	4	5	4,571	32
5	4	5	4	5	5	4	4,571	32
4	4	5	4	4	5	5	4,428	31
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	5	5	5	5	4,714	33
4	5	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
4	4	5	4	5	5	5	4,571	32
4	5	5	5	4	5	5	4,714	33
4	5	5	4	5	5	5	4,714	33
4	5	4	5	4	5	5	4,571	32
5	5	5	5	4	4	5	4,714	33
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	4	5	4	5	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	5	5	4,714	33
5	5	4	5	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	4	5	5	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	4	4,857	34
5	5	4	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35

5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	4,857	34
5	5	5	5	4	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	4	4	5	5	4,428	31
5	5	5	5	4	5	5	4,857	34
4	4	5	4	5	5	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	5	5	5	5	4,714	33
4	5	5	5	5	5	5	4,857	34
4	5	5	4	5	5	5	4,714	33
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	4	5	4,571	32
4	4	4	4	4	5	3	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	4	5	4,571	32
5	4	5	5	5	4	4	4,571	32
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	5	4	5	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4,739	4,729	4,791	4,697	4,708	4,895	4,854	4,773	33,416

LAMPIRAN 4

DATA HASIL TANGGAPAN RESPONDEN
HARAPAN LAYANAN LINGKUNGAN HIDUP

C1	C2	C3	C4	C5	C6	Rata2	Jumlah
5	4	5	4	5	4	4,5	27
5	4	5	4	5	5	4,666	28
4	5	4	5	4	5	4,5	27
5	4	5	4	5	4	4,5	27
4	4	5	5	4	4	4,333	26
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	4	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	4	5	4,666	28
5	4	5	4	5	5	4,666	28
4	5	5	4	5	5	4,666	28
5	4	5	5	4	5	4,666	28
5	4	5	5	5	4	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	4,833	29
5	5	4	5	5	5	4,833	29
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	4	4,5	27
5	5	4	5	4	5	4,666	28
4	5	5	5	4	5	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	5	4,666	28
5	5	5	5	4	5	4,833	29
5	5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	5	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	5	4	4,333	26
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	4	4,166	25
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	4,666	28
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	5	4,666	28
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	4,333	26
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4,802	4,687	4,729	4,718	4,760	4,729	4,737	28,427



LAMPIRAN 5

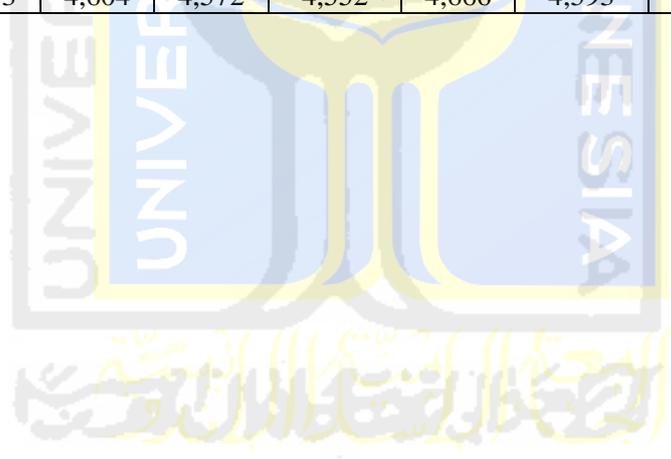
DATA HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

KINERJA LAYANAN PRODUK

A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	Rata2	jumlah
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	5	4,714	33
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	5	4	4	4	5	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	4	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	5	5	4,714	33
5	4	5	5	5	4	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	5	5	4	4,714	33
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	4	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	5	5	5	4	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	5	4	4,714	33
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	4	5	4	5	4	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	4	5	4	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	4	4	4	4,571	32

5	5	4	4	5	5	5	4,714	33
5	4	4	4	5	5	4	4,428	31
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	4	5	5	4,571	32
5	5	5	5	4	4	4	4,571	32
5	5	5	5	4	4	4	4,571	32
4	4	5	5	5	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	5	5	4	4	4	4	4,428	31
4	5	3	4	4	5	4	4,142	29
5	4	5	5	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	5	5	5	4	4,571	32
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	4	4	3	3,714	26
5	5	5	1	5	5	5	4,428	31
4	3	4	4	4	4	4	3,857	27
5	4	5	4	5	4	4	4,428	31
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	5	5	5	4,857	34
5	4	4	4	4	4	4	4,142	29
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	3	3	4	4	4	3,714	26
5	5	5	5	5	5	4	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	4	3	3	5	4	3,571	25
4	4	5	5	5	4	5	4,571	32
4	4	3	4	3	4	3	3,571	25
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33

5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
4	5	4	4	5	5	4	4,428	31
4	3	3	4	4	4	4	3,714	26
5	5	4	4	4	4	4	4,285	30
4	4	3	3	3	3	3	3,285	23
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	4	4	5	5	4,571	32
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	4	4,142	29
4	4	3	4	4	4	4	3,857	27
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	4	4	4	4,428	31
5	4	5	5	5	4	4	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4,739	4,593	4,604	4,572	4,552	4,666	4,593	4,617	32,322



LAMPIRAN 6

DATA HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

KINERJA LAYANAN PENGIRIMAN

B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	Rata2	Jumlah
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	5	5	5	4,857	34
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	3	5	5	4	4,428	31
4	4	4	5	5	4	4	4,285	30
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	4	5	4	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
4	5	4	5	5	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	5	5	5	5	4,714	33
4	5	4	5	4	5	5	4,571	32
5	5	4	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
4	4	4	5	4	5	5	4,428	31
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	4,857	34
5	5	4	5	4	4	4	4,428	31
4	4	5	4	5	5	4	4,428	31
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	5	5	5	4,428	31
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	5	4	4	5	5	4	4,571	32
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	5	4	5	5	5	5	4,857	34
4	5	5	5	5	5	5	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	5	5	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	4	4,857	34

5	5	4	4	4	5	5	4,571	32
5	4	5	4	5	5	5	4,714	33
4	5	5	4	5	5	5	4,714	33
5	4	4	5	5	5	5	4,714	33
4	5	5	4	5	5	5	4,714	33
5	5	4	5	4	5	5	4,714	33
4	5	5	5	5	5	5	4,857	34
4	4	4	5	4	5	5	4,428	31
4	4	4	4	4	5	4	4,142	29
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	4	4	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	3	4	4	5	4	4,142	29
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	4	5	4	5	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	5	5	4,857	34
4	4	5	4	4	5	5	4,428	31
5	5	5	5	5	5	4	4,857	34
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	4,142	29
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	5	5	5	4,714	33
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	5	4	4	4	4,142	29
4	4	4	5	4	4	4	4,142	29
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	4	4,857	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35

3	4	4	3	4	4	4	3,714	26
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	4	4	4,428	31
5	5	5	5	5	5	5	5	35
3	5	5	4	5	4	5	4,428	31
4	4	4	3	4	4	4	3,857	27
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	4	4	4	3,857	27
5	5	5	4	4	5	5	4,714	33
5	5	5	5	5	5	4	4,857	34
4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	5	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	4	4	5	4,571	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	35
4,614	4,593	4,604	4,583	4,656	4,760	4,677	4,641	32,489



LAMPIRAN 7

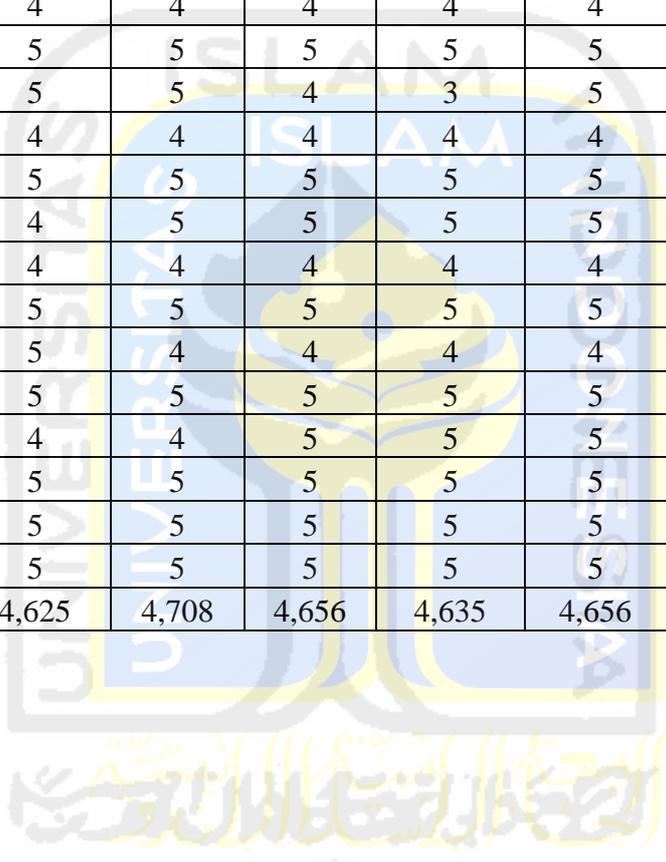
DATA HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

KINERJA LAYANAN LINGKUNGAN HIDUP

C1	C2	C3	C4	C5	C6	Rata2	Jumlah
5	4	5	5	5	4	4,666	28
4	4	5	5	5	5	4,666	28
5	5	4	5	5	4	4,666	28
5	4	5	4	5	4	4,5	27
4	4	5	5	4	4	4,333	26
4	5	5	4	5	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	4,833	29
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	4	4,5	27
5	5	4	4	4	4	4,333	26
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	4,833	29
5	5	5	4	4	5	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	4,5	27
5	4	5	5	5	5	4,833	29
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	5	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	4	5	4,5	27
5	5	4	4	4	5	4,5	27
4	4	5	5	4	4	4,333	26
5	5	5	4	4	5	4,666	28
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	4,333	26
5	5	5	4	4	4	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	3	4	3	3,5	21
5	5	4	5	5	5	4,833	29
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	5	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	4	4,5	27
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	5	4,5	27
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30

4	4	4	4	3	3	3,666	22
5	5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	4	4	3,833	23
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	5	4,333	26
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	4,333	26
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	3	5	4,5	27
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	4,666	28
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	4,166	25
5	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	5	4,666	28
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
4,677	4,625	4,708	4,656	4,635	4,656	4,659	27,958



LAMPIRAN 8

HASIL UJI VALIDITAS HARAPAN

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	C1	C2	C3	C4	C5	C6	Total	
A1	1	.332**	.357**	.316**	.185	.239*	.428**	.293**	.279**	.224*	.307**	.319**	.246*	.229*	.313**	.270**	.073	.070	.321**	.346**	.547*	
		.001	.000	.002	.071	.019	.000	.004	.006	.028	.002	.002	.016	.025	.002	.008	.480	.500	.001	.001	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
A2		.332**	1	.371**	.265**	.147	.233*	.298**	.210*	.297**	.244*	.261*	.242*	.247*	.271**	.163	.222*	.279**	.192	.192	.506*	
		.001		.000	.009	.154	.022	.003	.040	.003	.447	.016	.010	.018	.015	.008	.113	.030	.006	.061	.061	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

A3	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.357**	.371**	1	.432**	.090	.278**	.450**	.290**	.183	.140	.286**	.266**	.338**	.232*	.352**	.169	.205*	.204*	.294**	.183	.570**
		.000	.000		.000	.381	.006	.000	.004	.074	.173	.005	.009	.001	.023	.000	.101	.045	.046	.004	.074	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A4	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.316**	.265**	.432**	1	.239*	.173	.283**	.250*	.084	.292**	.281**	.152	.230*	.235*	.258*	.155	.347**	.314**	.183	.282**	.531**
		.002	.009	.000		.019	.092	.005	.014	.417	.004	.006	.140	.024	.021	.011	.131	.001	.002	.075	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A5	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.185	.147	.090	.239*	1	.402**	.422**	.068	.160	.313**	.222*	.288**	.285**	.110	.214*	.191	.146	.147	.205*	.213*	.455**
		.071	.154	.381	.019		.000	.000	.511	.118	.002	.030	.004	.005	.285	.036	.062	.156	.154	.045	.037	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A6	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.239*	.233*	.278**	.173	.402**	1	.305**	.053	.456**	.069	.355**	.167	.197	.221*	.258*	.265**	.131	.233*	.135	.248*	.496**
		.019	.022	.006	.092	.000		.003	.607	.000	.505	.000	.103	.054	.030	.011	.009	.203	.022	.190	.015	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

)	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
A7	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.428**	.298**	.450**	.283**	.422**	.305**	1	.185	.266**	.332**	.264**	.473**	.435**	.339**	.299**	.356**	.242*	.249*	.373**	.414**	.674**
		.000	.003	.000	.005	.000	.003		.072	.009	.001	.009	.000	.000	.001	.003	.000	.018	.014	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B1	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.293**	.210*	.290**	.250*	.068	.053	.185	1	.172	.222*	.230*	.194	.031	.147	.420**	.243*	.108	.262**	.056	.279**	.431**
		.004	.040	.004	.014	.511	.607	.072		.093	.030	.024	.059	.766	.154	.000	.017	.294	.010	.587	.006	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B2	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.279**	.297**	.183	.084	.160	.456**	.266**	.172	1	.091	.416**	.279**	.329**	.320**	.168	.318**	.190	.297**	.262**	.420**	.541**
		.006	.003	.074	.417	.118	.000	.009	.093		.376	.000	.006	.001	.001	.102	.002	.064	.003	.010	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B3	Pears on Correlation	.224*	.078	.140	.292**	.313**	.069	.332**	.222*	.091	1	.165	.517**	.245*	.409**	.260*	.342**	.188	.307**	.313**	.438**	.531**

	lation																					
	Sig. (2-tailed)	.028	.447	.173	.004	.002	.505	.001	.030	.376		.108	.000	.016	.000	.010	.001	.067	.002	.002	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B4	Pears on Correlation	.307**	.244*	.286**	.281**	.222*	.355**	.264**	.230*	.416**	.165	1	.077	.147	.284**	.300**	.266**	.146	.446**	.269**	.212*	.541*
	Sig. (2-tailed)	.002	.016	.005	.006	.030	.000	.009	.024	.000	.108		.456	.153	.005	.003	.009	.156	.000	.008	.038	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B5	Pears on Correlation	.319**	.261*	.266**	.152	.288**	.167	.473**	.194	.279**	.517**	.077	1	.456**	.235*	.314**	.192	.113	.210*	.338**	.434**	.561*
	Sig. (2-tailed)	.002	.010	.009	.140	.004	.103	.000	.059	.006	.000	.456		.000	.021	.002	.061	.272	.040	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B6	Pears on Correlation	.246*	.242*	.338**	.230*	.285**	.197	.435**	.031	.329**	.245*	.147	.456**	1	.317**	.259*	.194	.160	.014	.288**	.253*	.493*
	Sig. (2-tailed)	.016	.018	.001	.024	.005	.054	.000	.766	.001	.016	.153	.000		.002	.011	.059	.120	.891	.004	.013	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	
B7	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.229*	.247*	.232*	.235*	.110	.221*	.339**	.147	.320**	.409**	.284**	.235*	.317**	1	.359**	.465**	.403**	.429**	.361**	.505**	.613**
		.025	.015	.023	.021	.285	.030	.001	.154	.001	.000	.005	.021	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C1	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.313**	.271**	.352**	.258*	.214*	.258*	.299**	.420**	.168	.260*	.300**	.314**	.259*	.359**	1	.365**	.313**	.271**	.395**	.344**	.606**
		.002	.008	.000	.011	.036	.011	.003	.000	.102	.010	.003	.002	.011	.000		.000	.002	.008	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C2	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	.270**	.163	.169	.155	.191	.265**	.356**	.243*	.318**	.342**	.266**	.192	.194	.465**	.365**	1	.415**	.346**	.328**	.642**	.613**
		.008	.113	.101	.131	.062	.009	.000	.017	.002	.001	.009	.061	.059	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C3	Pears on Correlation	.073	.222*	.205*	.347**	.146	.131	.242*	.108	.190	.188	.146	.113	.160	.403**	.313**	.415**	1	.317**	.438**	.381**	.513**

	Sig. (2- tailed) N	.480 96	.030 96	.045 96	.001 96	.156 96	.203 96	.018 96	.294 96	.064 96	.067 96	.156 96	.272 96	.120 96	.000 96	.002 96	.000 96		.002 96	.000 96	.000 96	.000 96
C4	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed) N	.070 96	.279 ** 96	.204 * 96	.314 ** 96	.147 96	.233 * 96	.249 * 96	.262 ** 96	.297 ** 96	.307 ** 96	.446 ** 96	.210 * 96	.014 96	.429 ** 96	.271 ** 96	.346 ** 96	.3 17 ** 96	1 96	.192 96	.401 ** 96	.553* * 96
		.500 96	.006 96	.046 96	.002 96	.154 96	.022 96	.014 96	.010 96	.003 96	.002 96	.000 96	.040 96	.891 96	.000 96	.008 96	.001 96	.0 02 96		.061 96	.000 96	.000 96
C5	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed) N	.321 ** 96	.192 96	.294 ** 96	.183 96	.205 * 96	.135 96	.373 ** 96	.056 96	.262 ** 96	.313 ** 96	.269 ** 96	.338 ** 96	.288 ** 96	.361 ** 96	.395 ** 96	.328 ** 96	.4 38 ** 96	.192 96	1 96	.262 ** 96	.559* * 96
		.001 96	.061 96	.004 96	.075 96	.045 96	.190 96	.000 96	.587 96	.010 96	.002 96	.008 96	.001 96	.004 96	.000 96	.000 96	.001 96	.0 00 96	.061 96		.010 96	.000 96
C6	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed) N	.346 ** 96	.192 96	.183 96	.282 ** 96	.213 * 96	.248 * 96	.414 ** 96	.279 ** 96	.420 ** 96	.438 ** 96	.212 * 96	.434 ** 96	.253 * 96	.505 ** 96	.344 ** 96	.642 ** 96	.3 81 ** 96	.401 ** 96	.262 ** 96	1 96	.676* * 96
		.001 96	.061 96	.074 96	.005 96	.037 96	.015 96	.000 96	.006 96	.000 96	.000 96	.038 96	.000 96	.013 96	.000 96	.001 96	.000 96	.0 00 96	.000 96	.010 96		.000 96

Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.547**	.506**	.570**	.531**	.455**	.496**	.674**	.431**	.541**	.531**	.541**	.561**	.493**	.613**	.606**	.613**	.513**	.553**	.559**	.676**	1
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96



LAMPIRAN 9

HASIL UJI VALIDITAS KINERJA

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	C1	C2	C3	C4	C5	C6	TOTAL	
A1	Pearson Correlation	1	.566**	.622**	.526**	.600**	.396**	.566**	1.000**	.566**	.622**	.526**	.600**	.396**	.566**	.575**	.499**	.432**	.564**	.685**	.541**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A2	Pearson Correlation	.566**	1	.474**	.384**	.426**	.422**	.451**	.566**	1.000**	.474**	.384**	.426**	.422**	.451**	.299**	.409**	.442**	.365**	.426**	.460**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A3	Pearson Correlation	.622**	.474**	1	.505**	.572**	.454**	.687**	.622**	.474**	1.000**	.505**	.572**	.454**	.687**	.565**	.567**	.514**	.539**	.583**	.485**	.789**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A4	Pearson Correlation	.526**	.384**	.505**	1	.417**	.364**	.470**	.526**	.384**	.505**	1.000**	.417**	.364**	.470**	.365**	.381**	.350**	.380**	.517**	.396**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A5	Pearson Correlation	.600**	.426**	.572**	.417**	1	.481**	.561**	.600**	.426**	.572**	.417**	1.000**	.481**	.561**	.525**	.530**	.431**	.498**	.513**	.515**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
A6	Pearson Correlation	.396**	.422**	.454**	.364**	.481**	1	.652**	.396**	.422**	.454**	.364**	.481**	1.000**	.652**	.392**	.362**	.403**	.341**	.337**	.327**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

A7	Pearson Correlation	.566**	.451**	.687**	.470**	.561**	.652**	1	.566**	.451**	.687**	.470**	.561**	.652**	1.000**	.542**	.481**	.525**	.518**	.571**	.424**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B1	Pearson Correlation	1.000**	.566**	.622**	.526**	.600**	.396**	.566**	1	.566**	.622**	.526**	.600**	.396**	.566**	.575**	.499**	.432**	.564**	.685**	.541**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B2	Pearson Correlation	.566**	1.000**	.474**	.384**	.426**	.422**	.451**	.566**	1	.474**	.384**	.426**	.422**	.451**	.299**	.409**	.442**	.365**	.426**	.460**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B3	Pearson Correlation	.622**	.474**	1.000**	.505**	.572**	.454**	.687**	.622**	.474**	1	.505**	.572**	.454**	.687**	.565**	.567**	.514**	.539**	.583**	.485**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B4 Pearson Correlation	.526**	.384**	.505**	1.000**	.417**	.364**	.470**	.526**	.384**	.505**	1	.417**	.364**	.470**	.365**	.381**	.350**	.380**	.517**	.396**	.611**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B5 Pearson Correlation	.600**	.426**	.572**	.417**	1.000**	.481**	.561**	.600**	.426**	.572**	.417**	1	.481**	.561**	.525**	.530**	.431**	.498**	.513**	.515**	.719**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B6 Pearson Correlation	.396**	.422**	.454**	.364**	.481**	1.000**	.652**	.396**	.422**	.454**	.364**	.481**	1	.652**	.392**	.362**	.403**	.341**	.337**	.327**	.611**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.001	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
B7 Pearson Correlation	.566**	.451**	.687**	.470**	.561**	.652**	1.000**	.566**	.451**	.687**	.470**	.561**	.652**	1	.542**	.481**	.525**	.518**	.571**	.424**	.742**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C1	Pearson Correlation	.575**	.299**	.565**	.365**	.525**	.392**	.542**	.575**	.299**	.565**	.365**	.525**	.392**	.542**	1	.652**	.586**	.599**	.584**	.618**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C2	Pearson Correlation	.499**	.409**	.567**	.381**	.530**	.362**	.481**	.499**	.409**	.567**	.381**	.530**	.362**	.481**	.652**	1	.545**	.504**	.488**	.599**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C3	Pearson Correlation	.432**	.442**	.514**	.350**	.431**	.403**	.525**	.432**	.442**	.514**	.350**	.431**	.403**	.525**	.586**	.545**	1	.617**	.561**	.637**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

C4	Pearson Correlation	.564**	.365**	.539**	.380**	.498**	.341**	.518**	.564**	.365**	.539**	.380**	.498**	.341**	.518**	.599**	.504**	.617**	1	.721**	.717**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C5	Pearson Correlation	.685**	.426**	.583**	.517**	.513**	.337**	.571**	.685**	.426**	.583**	.517**	.513**	.337**	.571**	.584**	.488**	.561**	.721**	1	.615**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
C6	Pearson Correlation	.541**	.460**	.485**	.396**	.515**	.327**	.424**	.541**	.460**	.485**	.396**	.515**	.327**	.424**	.618**	.599**	.637**	.717**	.615**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.742**	.634**	.789**	.611**	.719**	.611**	.742**	.742**	.634**	.789**	.611**	.719**	.611**	.742**	.724**	.719**	.732**	.776**	.779**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

LAMPIRAN 10

HASIL UJI RELIABILITAS HARAPAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

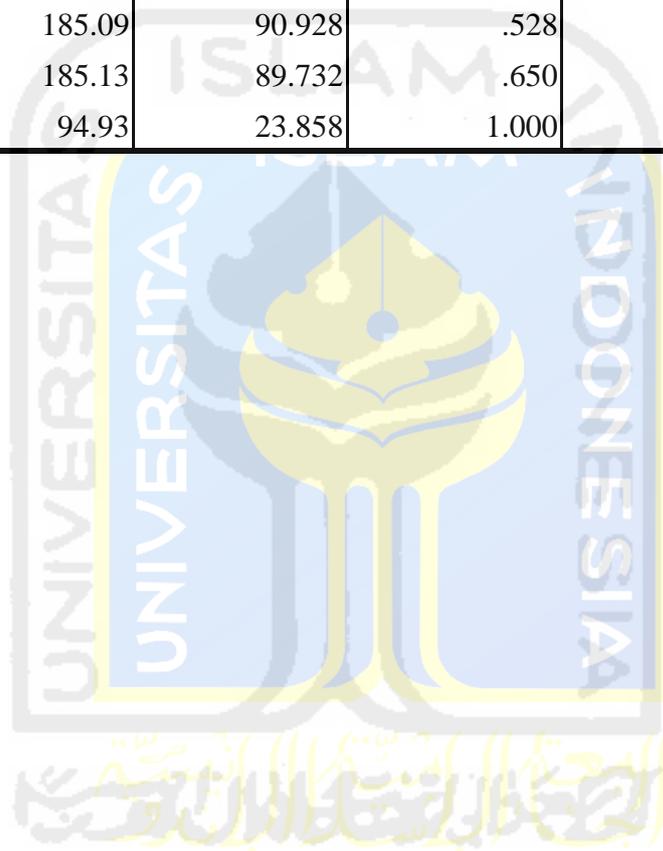
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	185.00	91.768	.520	.735
A2	185.14	91.171	.470	.734
A3	185.30	89.518	.529	.729
A4	185.14	90.729	.495	.732
A5	185.08	91.656	.418	.735
A6	185.09	91.244	.460	.734
A7	185.15	89.347	.646	.727
B1	185.11	91.913	.393	.736
B2	185.13	90.911	.507	.733
B3	185.06	91.364	.500	.734

B4	185.16	90.765	.506	.732
B5	185.15	90.631	.528	.732
B6	184.96	92.567	.469	.737
B7	185.00	90.989	.587	.732
C1	185.05	90.850	.579	.732
C2	185.17	89.593	.579	.729
C3	185.13	90.742	.475	.733
C4	185.14	90.750	.520	.732
C5	185.09	90.928	.528	.733
C6	185.13	89.732	.650	.728
Total	94.93	23.858	1.000	.877



LAMPIRAN 11

HASIL UJI RELIABILITAS KINERJA

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

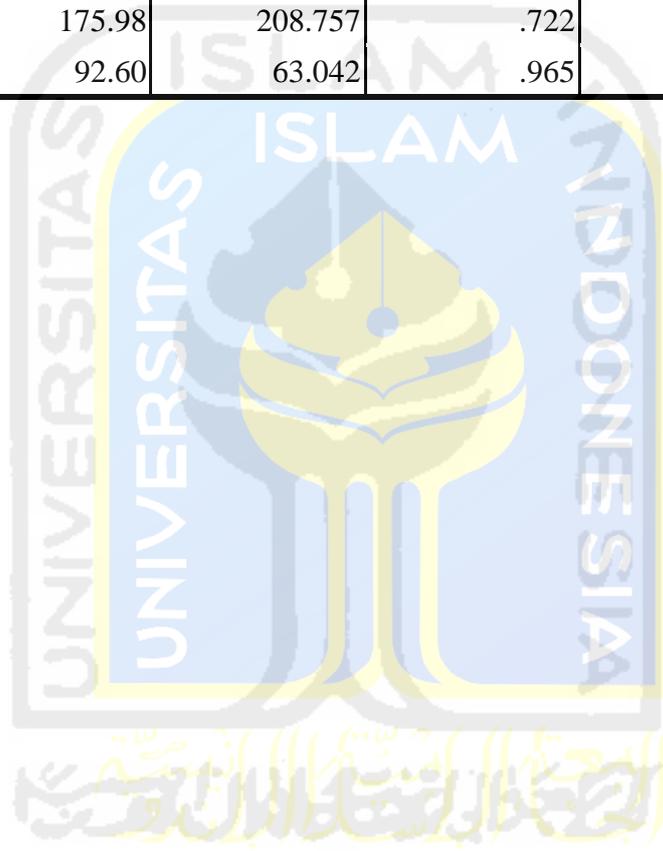
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	175.90	209.336	.768	.776
A2	176.04	209.346	.638	.777
A3	176.03	205.252	.797	.772
A4	176.06	207.491	.628	.775
A5	176.08	207.804	.729	.775
A6	175.97	210.704	.620	.778
A7	176.04	207.304	.769	.774
B1	175.90	209.336	.768	.776
B2	176.04	209.346	.638	.777
B3	176.03	205.252	.797	.772
B4	176.06	207.491	.628	.775

B5	176.08	207.804	.729	.775
B6	175.97	210.704	.620	.778
B7	176.04	207.304	.769	.774
C1	175.96	210.019	.707	.777
C2	176.01	209.000	.694	.776
C3	175.93	210.447	.696	.778
C4	175.98	209.052	.733	.776
C5	176.00	208.042	.762	.775
C6	175.98	208.757	.722	.776
TOTAL	92.60	63.042	.965	.954



LAMPIRAN 12

HASIL ANALISIS REGRESI LINER BERGANDA

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	layanan_linkungan_hidup, layanan_produk, layanan_pengiriman ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kualitas_layanan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.793 ^a	.629	.617	4.831	1.563

a. Predictors: (Constant), layanan_linkungan_hidup, layanan_produk, layanan_pengiriman

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.793 ^a	.629	.617	4.831	1.563

a. Predictors: (Constant), layanan_lingkungan_hidup, layanan_produk, layanan_pengiriman

b. Dependent Variable: kualitas_layanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3634.116	3	1211.372	51.912	.000 ^a
	Residual	2146.843	92	23.335		
	Total	5780.958	95			

a. Predictors: (Constant), layanan_lingkungan_hidup, layanan_produk, layanan_pengiriman

b. Dependent Variable: kualitas_layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-85.980	6.366		-13.505	.000					
	layanan_produk	.519	.277	.197	1.871	.065	.695	.191	.119	.363	2.754
	layanan_pengiriman	1.341	.342	.447	3.922	.000	.764	.378	.249	.311	3.217
	layanan_lingkungan_hidup	.670	.358	.211	1.875	.064	.713	.192	.119	.319	3.132

a. Dependent Variable: kualitas_layanan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	layanan_produk	layanan_pengiriman	layanan_lingkungan_hidup
1	1	3.992	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.005	28.985	.92	.10	.01	.05
	3	.002	44.537	.02	.86	.06	.42

4	.001	53.530	.05	.05	.93	.53
---	------	--------	-----	-----	-----	-----

a. Dependent Variable: kualitas_layanan

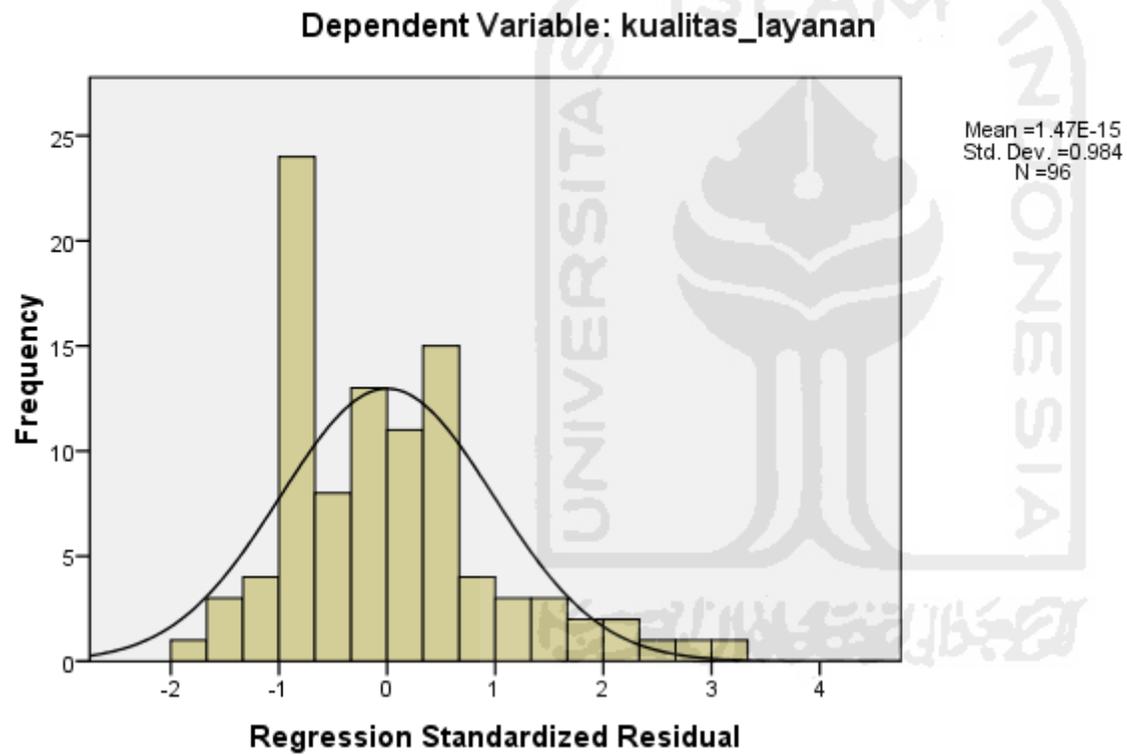
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-23.39	-.77	-6.90	6.185	96
Std. Predicted Value	-2.667	.990	.000	1.000	96
Standard Error of Predicted Value	.520	1.794	.941	.295	96
Adjusted Predicted Value	-22.86	-.68	-6.90	6.133	96
Residual	-8.592	15.112	.000	4.754	96
Std. Residual	-1.779	3.128	.000	.984	96
Stud. Residual	-1.908	3.197	.000	1.011	96
Deleted Residual	-9.884	15.782	.000	5.022	96
Stud. Deleted Residual	-1.936	3.372	.005	1.028	96
Mahal. Distance	.113	12.106	2.969	2.686	96
Cook's Distance	.000	.248	.014	.034	96
Centered Leverage Value	.001	.127	.031	.028	96

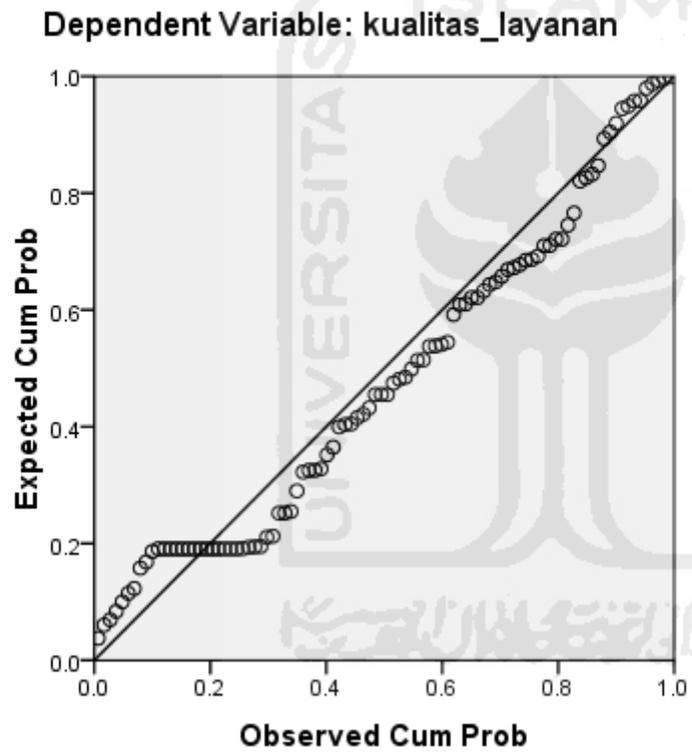
a. Dependent Variable: kualitas_layanan

Charts

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: kualitas_layanan

