

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dilakukan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta. Pembahasan dimulai dengan melakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden dan kepuasan konsumen, yang dilanjutkan dengan analisis kuantitatif untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), dan bukti langsung (X_5) serta seberapa besarnya.

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode angket dan wawancara secara langsung. Ada beberapa kriteria yang harus diperhatikan agar instrumen pengumpulan data dikatakan layak, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas angket yang akan disebarkan kepada reponden untuk mendapatkan data dapat dilihat pada uraian berikut:

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam pengujian validitas jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang. Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tingkat keandalan instrumen

penelitian dalam hal ini dengan menggunakan kuisioner sebagai alat memperoleh data.

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing faktor dapat dijelaskan sebagai berikut .

1. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor Keandalan

Faktor keandalan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disusun seperti tabel 4.1 berikut ini

Tabel 4.1
Hasil Validitas Dan Reliabilitas Faktor Keandalan

Faktor Keandalan			
Butir	r_{xy}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,716	0,1965	Valid
2	0,789	0,1965	Valid
3	0,703	0,1965	Valid
4	0,762	0,1965	Valid
Koefisien Alpha = 0,7290			

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas seperti yang disajikan pada tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r_{bt}) dan koefisien alpha yang lebih besar dari koefisien korelasi tabel (0,1985). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang berhubungan dengan faktor keandalan dapat dinyatakan valid dan reliabel.

2. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor Daya Tanggap

Faktor daya tanggap dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disusun seperti tabel 4.2 berikut ini

Tabel 4.2
Hasil Validitas Dan Reliabilitas Faktor Daya Tanggap

Faktor Daya Tanggap			
Butir	r_{xy}	r_{tabel}	keterangan
1	0,727	0,1965	Valid
2	0,757	0,1965	Valid
3	0,719	0,1965	Valid
4	0,759	0,1965	Valid
Koefisien Alpha = 0,7217			

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas seperti yang disajikan pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r_{bt}) dan koefisien alpha yang lebih besar dari koefisien korelasi tabel (0,1985). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang berhubungan dengan faktor daya tanggap dapat dinyatakan valid dan reliabel.

3. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor Jaminan

Faktor jaminan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disusun seperti tabel 4.3 berikut ini

Tabel 4.3
Hasil Validitas Dan Reliabilitas Faktor Jaminan

Faktor Jaminan			
Butir	r_{xy}	r_{tabel}	keterangan
1	0,817	0,1965	Valid
2	0,845	0,1965	Valid
3	0,822	0,1965	Valid
4	0,573	0,1965	Valid
Koefisien Alpha = 0,7495			

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas seperti yang disajikan pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r_{bt}) dan koefisien alpha yang lebih besar dari koefisien korelasi tabel (0,1985). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang berhubungan dengan faktor jaminan dapat dinyatakan valid dan reliabel.

4. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor Empati

Faktor empati dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disusun seperti tabel 4.4 berikut ini

Tabel 4.4
Hasil Validitas Dan Reliabilitas Faktor Empati

Faktor Daya Tanggap			
Butir	r_{xy}	r_{tabel}	keterangan
1	0,870	0,1965	Valid
2	0,748	0,1965	Valid
3	0,825	0,1965	Valid

4	0,730	0,1965	Valid
Koefisien Alpha = 0,8035			

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas seperti yang disajikan pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r_{bt}) dan koefisien alpha yang lebih besar dari koefisien korelasi tabel (0,1985). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang berhubungan dengan faktor empati dapat dinyatakan valid dan reliabel.

5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Bukti Langsung

Faktor bukti fisik dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disusun seperti tabel 4.4 berikut ini

Tabel 4.5
Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Bukti Langsung

Faktor Bukti Langsung			
Butir	r_{xy}	r_{tabel}	keterangan
1	0,823	0,1965	Valid
2	0,864	0,1965	Valid
3	0,845	0,1965	Valid
4	0,594	0,1965	Valid
Koefisien Alpha = 0,7820			

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas seperti yang disajikan pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r_{bt}) dan koefisien alpha yang lebih besar dari koefisien korelasi tabel (0,1985).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang berhubungan dengan faktor bukti fisik dapat dinyatakan valid dan reliabel.

6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Kepuasan Konsumen

Faktor kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disusun seperti tabel 4.6 berikut ini

Tabel 4.6
Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Kepuasan Konsumen

Butir	Faktor Kepuasan Konsumen		keterangan
	r_{xy}	r_{tabel}	
1	0,703	0,1965	Valid
2	0,744	0,1965	Valid
3	0,722	0,1965	Valid
4	0,738	0,1965	Valid
5	0,690	0,1965	Valid
Koefisien Alpha = 0,7668			

Sumber : Lampiran 4

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas seperti yang disajikan pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r_{bt}) dan koefisien alpha yang lebih besar dari koefisien korelasi tabel (0,1985). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang berhubungan dengan faktor kepuasan konsumen dapat dinyatakan valid dan reliabel.

4.2 Analisis Penelitian

4.2.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen yang diteliti (responden). Dengan mendeskripsikan skor dari suatu ubahan atau faktor yang ada, didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian. Berikut ini disajikan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas dasar pernyataan dalam kuisioner.

4.2.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, asal propinsi tempat tinggal responden, pekerjaan, penghasilan per bulan, dan frekuensi responden dalam menginap di hotel batik.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	68	68 %
2	Perempuan	32	32 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 di bawah ini dapat diketahui dari 100 responden yang menjadi sampel penelitian ini sebagian besar atau 68% mempunyai jenis kelamin laki-laki sedangkan sisanya atau 32% berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan

analisis ini dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar orang yang menggunakan jasa Hotel Batik Yogyakarta berjenis kelamin laki-laki.

2. Usia

Berdasarkan tabel 4.8 berikut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden atau 52% mempunyai usia antara 31-40 tahun, 30% responden mempunyai usia lebih dari 41 tahun, 11% responden mempunyai usia antara 21-30 tahun dan 7% responden mempunyai kurang dari 20 tahun. Distribusi ini memperlihatkan bahwa konsumen utama dari Hotel Batik adalah responden yang mempunyai usia antara 31-40 tahun.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Tingkat Usia	Jumlah	%
1	Kurang dari 20 tahun	7	7 %
2	Antara 21 – 30 tahun	11	11 %
3	Antara 31 - 40 tahun	52	52 %
4	Lebih dari 41 tahun	30	30 %
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

3. Asal Propinsi

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui sebagian besar responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Yogyakarta adalah responden yang berasal dari Propinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta atau 54% dari total responden, 25 % responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta

berasal dari luar Jawa, 11% responden berasal dari daerah Propinsi Jawa Timur dan sisanya atau 10% responden berasal dari Propinsi Jawa Barat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengguna jasa Hotel Batik Jogjakarta sebagian besar masih didominasi dari daerah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Propinsi

No	Asal Propinsi	Jumlah	%
1	Jawa Barat	10	10 %
2	Jateng dan D.I. Jogjakarta	54	61 %
3	Jawa Timur	11	11%
4	Luar Jawa	25	18 %
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah

4. Pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta sebagian besar mempunyai jenis pekerjaan sebagai wiraswasta. Hal ini dapat diketahui dari besaran prosentase wiraswasta sebesar 78% jauh lebih tinggi dibandingkan dengan jenis pekerjaan responden lainnya. Responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta berjumlah 10 orang atau 10%, responden yang mempunyai jenis pekerjaan sebagai pegawai negeri berjumlah 7 orang dari 100 orang responden dan responden yang berprofesi sebagai pelajar berjumlah 5 orang atau 5% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	Pelajar	5	5 %
2	Pegawai Negeri	7	7 %
3	Pegawai Swasta	10	10 %
4	Wiraswasta	78	78 %
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah

5. Penghasilan Per Bulan

Tabel 4.11
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

No	Penghasilan Per Bulan	Jumlah	%
1	Rp 1.000.000	2	2 %
2	Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	5	5 %
3	Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	18	18 %
4	Lebih dari Rp 3.000.001	75	75 %
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui statistik penghasilan responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta. Sebagian besar atau 75 orang (75%) responden mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 3.000.001 per bulan. Responden yang mempunyai penghasilan antara Rp. 2.000.001-3.000.000 per

bulan berjumlah 18 orang atau 18% dari total keseluruhan responden, responden yang mempunyai penghasilan per bulan antara Rp. 1.000.001-2.000.000 berjumlah 5 orang atau 5% dan 2% responden mempunyai penghasilan per bulan Rp. 1.000.000.

6. Intensitas Menginap

Tabel 4.12
Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menginap

No	Intensitas Menginap	Jumlah	%
1	Satu Kali	13	13 %
2	Dua Kali	24	20 %
3	Tiga Kali	28	27 %
4	Lebih dari Tiga Kali	35	40 %
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari tabel 4.12 tentang karakteristik responden berdasarkan intensitas menginap dapat diketahui bahwa sebagian besar responden diindikasikan merupakan pelanggan Hotel Batik Yogyakarta. Responden yang pernah menggunakan jasa Hotel Batik Yogyakarta lebih dari 3 kali berjumlah 35 orang atau 35% dari total keseluruhan responden, 28% atau 28 orang menyatakan pernah menggunakan jasa Hotel Batik Yogyakarta antara 3 kali. Sedangkan responden yang pernah menggunakan jasa Hotel Batik Yogyakarta antara 2 kali berjumlah 24 orang atau 24% dari total keseluruhan responden, sedangkan sisanya berjumlah 13 orang atau 13% menyatakan baru sekali menginap di hotel Batik.

4.2.1.2 Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.13 di bawah dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta merasa puas atas pelayanan yang diberikan pihak Hotel Batik. Hal ini dapat diketahui dari besaran jawaban responden yaitu sebesar 3,94 untuk variabel keandalan, 3,86 untuk variabel empati, 3,83 untuk variabel jaminan, 3,81 untuk variabel bukti langsung, dan 3,71 untuk variabel daya tanggap. Rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 3,81 dengan kesimpulan pelayanan yang diberikan Hotel Batik Jogjakarta memuaskan.

Tabel 4.13
Kepuasan Konsumen

No	Variabel	Nilai Kepuasan	Kesimpulan
1	Keandalan	3,94	Memuaskan
2	Daya Tanggap	3,71	Memuaskan
3	Jaminan	3,83	Memuaskan
4	Empati	3,86	Memuaskan
5	Bukti Langsung	3,81	Memuaskan
Rata-rata		3,83	Memuaskan

Sumber : Lampiran yang diolah

4.2.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam bab sebelumnya dengan menggunakan data yang berupa angka-angka numerik. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*Ordinary Least Square*). Hasil

analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien regresi dihitung dengan tujuan untuk meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada (Tabachnick, 1996 : 128).

Untuk membantu penulis dalam melakukan analisis kuantitatif digunakan program SPSS ver 10.00.

1. Regresi Linier Berganda

Pada bagian terdahulu telah diuraikan secara teoritis bahwa variabel keandalan, tanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan tersebut baru ditinjau secara teoritis, karena itu perlu didukung dan dibuktikan secara empiris melalui penelitian yang penulis lakukan ini.

Hasil perhitungan koefisien regresi berganda dengan bantuan SPSS 10 diperoleh angka seperti terlihat pada tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14
Estimasi regresi Linier Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig. t	Keterangan
Konstanta	0,117			
Keandalan	0,276	3,488	0,001	Signifikan
Tanggapan	0,176	2,640	0,010	Signifikan
Jaminan	0,208	2,735	0,007	Signifikan
Empati	0,153	2,623	0,010	Signifikan
Bukti Langsung	0,237	3,199	0,002	Signifikan

Multiple R : 0,776

R square : 0,602

Adjusted R² : 0,581

Fhitung : 28,427

Sig f : 0,000

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa koefisien regresi kelima variabel bebas b₁, b₂, b₃, b₄, dan b₅ bertanda positif. Hal tersebut berarti jika masing-masing variabel (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅) ditingkatkan berdampak pada meningkatnya mutu pelayanan.

Sehingga regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 0,117 + 0,276 X_1 + 0,176 X_2 + 0,208 X_3 + 0,153 X_4 + 0,237 X_5$$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Konsumen	X3	= Assurance
X1	= Reliability	X4	= Emphaty
X2	= Responsiveness	X5	= Tangibles

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta adalah 0,117 yang menunjukkan besarnya kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Hotel Batik Jogjakarta apabila dimensi-dimensi kualitas pelayanan sama dengan nol.
2. Nilai koefisien dimensi reliability sebesar 0,276 menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta sebesar 27,6% dan pengaruh yang ditunjukkan adalah pengaruh yang positif. Artinya jika dimensi *reliability* terjadi kenaikan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan nilai kepuasan responden sebesar 0,276 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel X₂, X₃, X₄, dan X₅ pada kondisi konstan.

3. Nilai koefisien dimensi *responsiveness* sebesar 0,176 menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan responden pada Hotel Batik Jogjakarta sebesar 17,6% dan pengaruh yang ditunjukkan adalah pengaruh yang positif. Artinya jika dimensi *responsiveness* terjadi kenaikan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan nilai kepuasan responden sebesar 0,176 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel X_1 , X_3 , X_4 , dan X_5 pada kondisi konstan.
4. Nilai koefisien dimensi *assurance* sebesar 0,208 menunjukkan bahwa faktor *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan responden dalam menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta sebesar 20,8% dan pengaruh yang ditunjukkan adalah pengaruh yang positif. Artinya jika dimensi *assurance* terjadi kenaikan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan nilai kepuasan responden sebesar 0,208 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel X_1 , X_2 , X_4 , dan X_5 pada kondisi konstan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan terhadap kepuasan responden dalam menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta.
5. Nilai koefisien dimensi *emphaty* sebesar 0,153 menunjukkan bahwa faktor *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan responden dalam menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta sebesar 15,3% dan pengaruh yang ditunjukkan adalah pengaruh yang positif. Artinya jika dimensi *emphaty* terjadi kenaikan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan nilai kepuasan responden sebesar 0,153 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan X_5 pada kondisi konstan akan mengakibatkan

perubahan atau kenaikan terhadap kepuasan responden dalam menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta.

6. Nilai koefisien dimensi *tangible* sebesar 0,237 menunjukkan bahwa faktor *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta sebesar 23,7% dan pengaruh yang ditunjukkan adalah pengaruh yang positif. Artinya apabila dimensi *tangible* terjadi kenaikan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan nilai kepuasan responden sebesar 0,237 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel X_1 , X_3 , X_4 , dan X_4 pada kondisi konstan.

Berdasarkan analisis koefisien regresi di atas dapat disimpulkan bahwa semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Hotel Batik II Jogjakarta.

2. Uji Hipotesis

2.1 Pengujian Pengaruh Variabel Bebas Secara Bersama-Sama (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengaruh signifikan atau tidaknya terhadap variabel terikat dapat diketahui melalui dua cara yaitu :

1. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

2. Membandingkan probabilitas dengan tingkat signifikansi (α), bila $\alpha >$ probabilitas maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Hipotesis untuk uji F terdiri dari dua macam yaitu hipotesis null dan hipotesis alternatif. Hipotesis null dirumuskan sebagai lawan dari hipotesis alternatif agar peneliti tidak terjebak pada kesimpulan subjektif. Hipotesis alternatif merupakan hipotesis kerja yang diuji kebenarannya oleh peneliti. Hipotesis uji F ini adalah sebagai berikut :

H_0 : *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan responden pada Hotel Batik Jogjakarta.

H_a : *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih responden pada Hotel Batik Jogjakarta.

Berikut langkah-langkah dalam pengujian :

1. Menyusun hipotesis H_0 dan H_a

H_0 : $X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = X_5 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y).

H_a : $X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq X_5$ artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y).

2. Dalam pengujian F_{tes} dipakai level signifikansi 5% (0,05).

3. Mencari F-hitung dan F-tabel

F_{hitung} besarnya adalah 28,427.

F_{kritis} : Numerator (jumlah variabel - 1) = 5

: Denominator (jumlah kasus - jumlah variabel) = 95

: Dari tabel diperoleh angka f sebesar 2,3102

$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Hasil pengujian serempak variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan bahwa semua variabel independennya secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F kritis ($F_{\text{hitung}} = 28,427 > F_{\text{tabel}} / F_{\text{kritis}} = 2,3102$).

2.2 Pengujian Pengaruh Variabel Bebas Secara Parsial Atau Individu (Uji t)

Uji ini disebut juga dengan uji koefisien regresi (interval keyakinan) secara individual antara variabel independen dengan variabel dependen, yang ada dalam persamaan apakah ada pengaruhnya atau tidak, untuk itu bisa dibandingkan nilai t-statistiknya dengan nilai t-tabelnya, jika t-statistik $>$ t-tabel maka signifikan, berarti ada pengaruh nyata dari variabel independen terhadap variabel dependen, serta sebaliknya.

Hasil uji regresi (t_{hitung}) tiap variabel dapat dilihat pada lampiran. Memperllihatkan bahwa keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), dan bukti fisik (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung yaitu kepuasan konsumen (Y). Untuk uji dua sisi, dengan tingkat signifikansi (α) yang digunakan 5% dan sampel sejumlah 100 responden, maka akan diperoleh nilai t_{tabel} sebesar = 1,9855

1. Variabel Keandalan

Variabel keandalan diperoleh t_{hitung} sebesar 3,488 dan t_{tabel} sebesar 1,9855 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai tersebut membuktikan bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta. Hal ini diperkuat dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,001 jauh dibawah 0,05.

2. Variabel Ketanggapan

Variabel ketanggapan diperoleh t_{hitung} sebesar 2,640 dan t_{tabel} sebesar 1,9855 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai tersebut membuktikan bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta. Hal ini diperkuat dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,010 jauh dibawah 0,05.

3. Variabel Jaminan

Variabel jaminan diperoleh t_{hitung} sebesar 2,735 dan t_{tabel} sebesar 1,9855 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai tersebut membuktikan bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta. Hal ini diperkuat dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,007 jauh dibawah 0,05.

4. Variabel Empati

Variabel empati diperoleh t_{hitung} sebesar 2,623 dan t_{tabel} sebesar 1,9855 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai tersebut membuktikan bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

pada Hotel Batik Jogjakarta. Hal ini diperkuat dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,010 jauh dibawah 0,05.

5. Variabel Bukti Langsung

Variabel bukti fisik diperoleh t_{hitung} sebesar 3,199 dan t_{tabel} sebesar 1,9855 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai tersebut membuktikan bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta. Hal ini diperkuat dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,002 jauh dibawah 0,05.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa besarnya multiple $R = 0,776$ yang menggambarkan adanya indikasi hubungan positif yang cukup kuat antara variabel bebas secara serentak terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya koefisien determinasi atau $R^2 = 0,602$ menunjukkan bahwa variansi variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tergantung sebesar 60,2% sedangkan sisanya 39,8% menggambarkan besarnya variabel bebas yang tidak diamati dalam penelitian ini dan berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

4. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Untuk mengetahui variabel yang paling dominan diantara kelima variabel dari kualitas pelayanan (Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Bukti langsung) digunakan koefisien determinasi parsial.

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien parsial untuk masing-masing variabel sebagai berikut

Tabel 4.15
Nilai Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Parsial (r)	r ²
Keandalan (X1)	0,339	0,115
Tanggapan (X2)	0,263	0,069
Jaminan (X3)	0,271	0,073
Empati (X4)	0,261	0,068
Bukti Fisik (X5)	0,313	0,098

Lampiran 5

Dari tabel 4.15 diatas terlihat bahwa faktor keandalan mempunyai koefisien parsial (r²) yang paling besar yaitu 0,115. Ini artinya faktor keandalan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta diantara variabel-variabel bebas lainnya. Item pertanyaan yang paling dominan pada dimensi keandalan adalah Pihak hotel Batik memberikan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap konsumen yang mengalami kesulitan dengan skor rata-rata 3,92.

Dimensi empati berdasarkan tabel 4.15 merupakan variabel yang paling tidak dominan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik dengan nilai koefisien parsial (r²) terendah yaitu 0,068 dan item pertanyaan yang paling tidak dominan pada dimensi empati ini adalah Jajaran staf / karyawan memberikan perhatian secara individual kepada para konsumen (misal : mereka mengenal secara pribadi para pelanggan) dengan skor 3,49.