

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN BANQUET TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA HOTEL RATU MAYANG GARDEN
PEKANBARU**



OLEH :

**NAMA : BAYU EKA PUTRA
NIM : 10871004530**

**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2012

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN BANQUET TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA HOTEL RATU MAYANG GARDEN
PEKANBARU**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru**



OLEH :

NAMA : BAYU EKA PUTRA

NIM : 10871004530

**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2012

ABSTRAK

Peengaruh Pelayanan Banquet Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada Hotel Ratu Mayang Garden

Oleh :

Bayu Eka Putra

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Ratu Mayang Garden, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 81respondent, analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS 17. Berdasarkan hasil analisis menggunakan program SPSS terbukti bahwa secara bersama-sama faktor pelayanan banquet, variabel tangibles, variabel realibility, variabel responsivenes, variabel assurance, dan variabel emphaty berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel ratu mayang garden, ini dibuktikan variabel tangibles dengan T hitung sebesar $3.115 >$ dari T tabel 1.99, variabel realibility dengan T hitung sebesar $3.656 >$ dari T tabel 1.99, variabel responsivenes dengan T hitung sebesar $0.890 <$ dari T tabel 1.99, variabel assurance dengan T hitung $1.911 <$ dari T tabel 1.99 dan variabel emphaty T hitung sebesar $2.510 >$ dari T table 1.99, secara simultan faktor-faktor yang terdiri dari lima faktor bebas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel ratu mayang garden, ini dibuktikan dengan F hitung sebesar 38.587 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai R sebesar 0.849 , berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan independent sangat kuat karena R berada diantara 0,80-1.000. Nilai Adjusted Rsquare 0,701 yang artinya 70.1 % dari varibel tangibles, realibility, responsivenes, assurance dan emphaty mempengaruhi terjadinya kepuasan pelanggan pada hotel ratu mayang garden, sedangkan sisanya ($100\% - 70.1\% = 29.9\%$) dipengaruhi sebab-sebab lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Variabel Tangibles, Variabel Realibility, Variabel Responsivenes, Variabel Assurance, Variabel Emphaty

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Perumusan Masalah	8
I.3. Tujuan Penelitian	8
I.4. Manfaat Penelitian	8
I.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
II.1. Kepuasan Pelanggan	11
II.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	13
II.3. Tangible	14
II.4. Reability	14
II.5. Responsiveness	15
II.6. Assurance	15
II.7. Emphaty	16
II.8. Pengertian dan klasifikasi hotel	16
II.9. Pandangan Islam	20
II.10. Kerangka Pemikiran	22
II.11. Penelitian Terdahulu	22
II.12. Hipotesis	23
II.13. Variabel Penelitian	23
II.14. Operasional Variabel Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1. Tempat dan Waktu Penelitian	25
III.2. Jenis dan Sumber Data	25
III.3. Teknik Pengumpulan Data	25
III.4. Populasi dan Sampel	25
III.5. Analisis Data	27

**BAB IV GAMBARAN UMUM HOTEL RATU MAYANG GARDEN
PEKANBARU**

IV.1. Sejarah Singkat Perusahaan	31
IV.2. Struktur Organisasi	34
IV.3. Aktivitas Perusahaan	36

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

V.1. Deskripsi Karakteristik Responden	39
V.2. Uji Validitas, Uji Reabilitas dan Uji Asumsi Klasik	40
V.3. Deskripsi Variabel Penelitian	46
V.4. Analisis Regresi Linear Berganda	52

BAB VI PENUTUP

VI.1. Kesimpulan	60
VI.2. Saran	61

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

I.1	Target dan Realisasi Pemakaian Ruang Banquet pada Hotel Ratu Mayang Garden	5
I.2	Fasilitas Banquet yang terdapat di Hotel Ratu Mayang Garden.....	6
V.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis pekerjaan	39
V.2	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	39
V.3	Karakteristik Responden Menurut Penghasilan	40
V.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	41
V.5	Hasil Uji Validitas Variabel Tangibles	41
V.6	Hasil Uji Validitas Variabel Reability	41
V.7	Hasil Uji Validitas Variabel Responsiveness	42
V.8	Hasil Uji Validitas Variabel Assurance	42
V.9	Hasil Uji Validitas Variabel Emphaty.....	43
V.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	43
V.11	Hasil Uji Multikolinieritas	45
V.12	Deskriptor Variabel Penelitian	47
V.13	Koefisien Regresi Pengaruh Variable Bebas Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
V.14	Koefisien Regresi Pengaruh Variable Bebas Terhadap Variabel Terikat	55
V.15	Interval Interpretasi Koefisien Regresi	57

BAB I PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

Hotel adalah salah satu usaha bisnis yang bergerak pada penjualan jasa. Dimana pelayanan merupakan inti pokok penjualan hotel yang diberikan kepada pelanggan. Menerapkan pelayanan yang baik dan efisiensi adalah salah satu kegiatan hotel, tujuan menerapkan pelayanan tersebut untuk meningkatkan volume penjualan yang telah ditentukan hotel.

Hotel sangatlah bergantung pada pelanggan. Perusahaan perhotelan harus menyadari kenyataan bahwa pelanggan tidak peduli dan tidak mau tahu tentang masalah di dalam perusahaan perhotelan tersebut. Yang mereka pikirkan adalah apa yang mereka butuhkan harus terpenuhi dan pelanggan juga tidak mau tahu apakah karyawan perhotelan tersebut harus bekerja keras atau tidak.

Untuk membuat pelanggan tetap senang dan tidak mendapat masalah atau bisa pula dikatakan merasa puas, perusahaan perhotelan tersebut harus tahu bagai mana cara menyenangkan pelanggan mereka. Salah satunya dengan mempertimbangkan apa yang menjadi pendapat orang lain (pelanggan) atau menanggapi setiap keluhan pelanggan. Maka dengan sendirinya pelanggan pun akan merasa senang dengan pelayanan yang kita berikan.

Pelayanan atau *servis* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Begitu juga dalam bisnis perhotelan banyak hal yang ditawarkan oleh pihak hotel itu semua merupakan produk-produk hotel, contohnya saja penginapan, makanan dan

minuman serta pelayanan lainnya. Pelayanan *banquet* adalah salah satunya, pelayanan *banquet* adalah suatu istilah yang digunakan meliputi kegiatan pelayanan dari upacara-upacara spesial didalam perusahaan pelayanan. Pelayanan tersebut terpisah dari pelayanan makanan *restaurant*. Kegiatan pelayanan *banquet* sendiri meliputi beberapa macam acara, seperti :

- a. Makan siang bersama (*lunch*)
- b. *Komperensi-komperensi*
- c. *Coktail party*
- d. Resepsi pernikahan
- e. Acara makan malam (*dinner*) dan lain sebagainya.

Pelayanan *banquet* merupakan suatu pelayanan jaminan (jamuan) makan secara resmi untuk sekelompok orang (minimal 10 orang) yang disertai dengan pidato-pidato atau upacara dimana telah ditentukan terlebih dahulu mengenai :

- a. Hidangan
- b. Jumlah tamu
- c. Waktu dan acara dilaksanakan

Acara-acara yang biasa diselenggarakan pada *banquet* adalah pesta perkawinan, ulang tahun, seminar dan rapat. Dengan kata lain fungsi dan peranan *banquet* adalah memberikan pelayanan jamuan makan berupa penyediaan makanan, penyediaan peralatan, perlengkapan makan, pengaturan susunan dan penataan meja/kursi serta menyediakan tempat/ruangan yang sesuai dengan acara yang diselenggarakan. Sehingga para tamu yang menyelenggarakan acara ataupun yang diundang dapat merasa nyaman, dan juga mendapat pelayanan yang memuaskan selama berada di hotel.

Banyak perusahaan menganggap pelayanan pada pelanggan adalah sebagai tempat yang paling tepat untuk merebut pelanggan. Persaingan kualitas dan biaya rendah seperti yang terjadi di tahun 90-an, kini dirasakan tidak cukup lagi dalam merebut pelanggan. Setiap pelanggan mendapat masalah merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk membuktikan komitmen yang besar terhadap pelayanannya. Hal ini menandakan bahwa pelanggan memerlukan layanan yang baik dan efisien, sehingga perusahaan harus benar-benar memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan. Dengan begitu pelanggan akan merasa puas dan senang.

Oleh karena itu dalam makalah ini penulis merekomendasikan agar setiap penjual benar-benar memberikan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dan bagi para penjual memberikan pelayanan itu apakah sulit untuk dilakukan? Penelitian ini dapat memberikan sedikit gambaran dan jawaban tentang pentingnya kepuasan yang diharapkan pelanggan terhadap pelayanan banquet. Dan menurut penulis, kepuasan pelayanan yang diberikan pelayanan banquet sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena sekarang ini pelayanan pada pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan perhotelan tersebut.

Didalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang tidak asing lagi terjadi. Pertumbuhan Hotel-hotel semakin meningkat, hal ini tentu saja akan mengakibatkan persaingan yang ketat antara para pemilik-pemilik hotel, baik itu hotel besar, hotel menengah ataupun hotel kecil. Untuk bisa mengatasi persaingan tersebut, hotel harus selalu memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik, atau

bisa dikatakan wajib memberikan pelayanan yang baik. Memperlakukan pelanggan haruslah berbeda dengan apa yang dilakukan hotel-hotel lainnya, memberikan suatu pengalaman yang sangat menarik kepada pelanggan dapat membuat pelanggan menjadi percaya dan tetap setia karena merasa puas atas kinerja karyawan hotel tersebut.

Seorang pelanggan memiliki suatu memori kolektif, yang dengan sendirinya dibentuk oleh pengalaman per orang. Dengan adanya pengalaman yang menarik terhadap pelayanan tersebut, maka dengan sendirinya dapat menciptakan suatu keyakinan dalam diri pelanggan atas kinerja hotel. Seandainya pelanggan sudah memiliki rasa kepercayaan atas kinerja hotel, maka akan terbentuklah suatu relasi antara penyedia jasa dengan pelanggan. Dimana pelanggan akan tetap merasa senang dengan kepuasan yang diberikan penyedia jasa, dan dimata pelanggan citra penyedia jasa sangatlah baik.

Agar jasa pelayanan banquet yang diberikan sangatlah baik dan sesuai diharapkan, lebih baik seorang pemasar haruslah mencoba menjadi seorang pelanggan terlebih dahulu. Lalu pemasar tersebut merasakan apakah ada kekurangan dan masalah dari pelayanan banquet tersebut, setelah itu baiknya seorang pemasar harus berikan masukan kepada manager F&B (pimpinan departemen yang menangani banquet). Tujuan tersebut agar pelayanan banquet tersebut dapat berubah atau berkembang menjadi benar-benar berkualitas, sehingga mempunyai nilai tinggi dimata para pelanggan banquet tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Jika pelayanan yang diberikan berkualitas, maka dengan sendirinya

akan membantu perusahaan tersebut dalam membina relasi dengan para pelanggan. Kesan bagi perusahaan, pelayanannya akan menambah kepuasan pelanggan dan penjualan pelayanan pun akan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

Untuk melihat perkembangan tingkat Penjualan *Banquet* pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel I.1 Target dan Relisasi Pemakaian Ruang Banquet pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru

No	Tahun	Ruang Pesta		persentase (%)	Ruang Meeting		Persentase (%)
		Target	Realisasi		Target	Realisasi	
1	2007	160	140	87,5	520	450	86,5
2	2008	165	138	83,6	525	463	88,1
3	2009	165	133	80,6	525	458	85,7
4	2010	170	160	94,1	530	508	95,8
5	2011	170	163	95,8	530	519	97,9

Sumber : Hotel Ratu Mayang Garden

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dijelaskan tingkat pemakaian ruangan *banquet* pada tahun 2007 hingga 2008 adalah masih dalam Manajemen Hotel Sahid Pekanbaru dan pada tahun 2009 sampai sekarang berganti manajemen yaitu Hotel Ratu Mayang Garden. Dari data yang diperoleh dari Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru jumlah pemakaian ruangan pesta dan ruangan meeting dari tahun ke tahun mengalami perubahan, bahwa total pemakaian ruangan pesta dari tahun 2007-2011 sebesar 734 ruangan yang terpakai dan pemakaian ruangan meeting dari tahun 2007-2011 sebesar 2398 kali ruangan terpakai. Total pemakaian ruangan pesta dan ruangan meeting sebesar 3132 ruangan terpakai. Dapat kita lihat pemakaian total ruangan pesta dan ruangan meeting paling tinggi terjadi pada tahun 2011 total ruangan terpakai sebanyak 563 kali, sedangkan total

pemakaian ruangan pesta dan ruangan meeting paling rendah terjadi pada tahun 2009 total ruangan terpakai sebanyak 591 kali.

Berikut sedikit gambaran Fasilitas *Banquet* yang terdapat pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah ini :

Tabel I.2 Fasilitas Banquet yang terdapat di Hotel Ratu Mayang Garden.

No	Nama Ruangan	Ukuran	Kapaitas				
			Theater	Class	U Shape	Restaurant	Cocktail
1	Ratu Agung Ball	50M X 25M	1800	800	400	800	2000
2	Mahkota	24M X 16M	300	200	100	200	500
3	Hang Jebat	18M X10M	200	100	25	100	300
4	Hang Nadim	15M X 5M	100	50	30	40	150
5	Hang Lekir	16M X 8M	150	80	40	60	200
6	Hang Tuah	12M X 12M	180	60	40	60	250
7	Hang Kesturi	12M X 6M	60	30	20	30	80
8	Maharani	18.50M X 8M	200	80	25	80	250
9	Mahaputra	6.50M X 6M	50	30	20	25	75

Sumber Hotel Ratu Mayang Garden

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat ada 9 ruangan (fasilitas *banquet*) yang terdapat pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru. Ratu Agung Ball Room adalah ruangan pesta yang kapasitasnya menurut *lay outnya* masing-masing. contohnya theater sebanyak 1800 orang, class 800 orang, ushape 400 orang, restaurant 800 orang, cocktail 2000 orang.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, telah dilakukan. Hardiyati (2010) meneliti tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa (penginapan) Villa Agrowisata kebun teh Pagilaran. Dengan sampel sebanyak 106 pelanggan Villa Agro Wisata kebun teh Pagilaran. Hasilnya menunjukkan meskipun pelanggan sadar akan produk dan fasilitas yang ditawarkan jasa penginapan Villa Agrowisata seperti kualitas pelayanan, namun tanggapan

pelanggan mengindikasikan belum puas atas kualitas pelayanan. Kemudian faktor yang mendorong pelanggan memilih Villa Agrowisata adalah faktor kenyamanan dan kebersihan, alasannya yaitu lokasi Villa Agrowisata berada di lokasi pegunungan, hal ini membuat pelanggan nyaman dikarenakan sedikitnya debu yang ada di lokasi villa tersebut. Sementara itu Manulang (2008) melalui studi empirisnya di jasa penerbangan di Bandar Polonia Medan, menemukan bahwa 5 dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Air Lines di Bandara Kolonia Medan. Dari ke lima dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh paling dominan variabel *reliability*.

Pada penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian di Pekanbaru Riau dan konsentrasi judul yaitu penelitian ini tentang pelayanan *banquet* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui tanggapan para pelanggan tentang pengaruh pelayanan *banquet* terhadap kepuasan pelanggan. Disamping itu, juga memberikan sedikit gambaran kepada para pihak manajemen bahwa memberikan kepuasan pelanggan itu sangat penting untuk dipenuhi. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat tema tentang pelayanan *banquet* terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan mampu memberi pengetahuan pada penyedia jasa yang memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pelayanan Banquet Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru**”.

I.2 Perumusan Masalah

Dari uraian diatas yang telah penulis kemukakan di atas, maka penulis membuat rumusan permasalahan sebagai berikut : *apakah pelayanan banquet berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?*

I.3 Tujuan Penelitian

- a. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan *banquet* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui bentuk dan jenis pelayanan banquet yang diberikan sehingga terciptanya kepuasan pelanggan.

I.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh berbagai manfaat yang diharapkan berguna bagi berbagai pihak

- a) Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sendiri untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
- b) Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

- c) Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

I.5 Sistematika Penulisan

Dari penulisan ini terdiri dari lima bab yang saling terkait satu sama yang lainnya di dalam kesatuan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini di uraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini di uraikan tentang konsep-konsep teoritis yang terdiri dari : pelayanan, reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible, kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengertian hotel dan klasifikasinya pandangan islam, hipotesis, variabel penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini di uraikan lokasi penelitian, jenis dan sumber Data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan serta aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari analisis pelayanan, analisis kepuasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran-saran dari analisis yang telah ditentukan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

II.1 Kepuasan Pelanggan

II.1.1 Pengertian Kepuasan pelanggan

Kotler (2000 : 52) mengemukakan bahwa pengertian kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan.

Tjiptono (2001:146) mengutip pengertian dari Engel (1990), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Tjiptono (2001:147) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Menurut Kotler(2000:52) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan puas, kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan merasa sangat puas, senang, atau gembira.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja(hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. (Kotler, 2001:70).

Kepuasan pelanggan timbul dari adanya respon yang digunakan, khususnya ketika mereka membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya (Hasan, 2008:58).

II.I.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000:54) peralatan perusahaan mengamati dan mengukur kepuasan pelanggan beragam dari yang sederhana sampai yang canggih, cara-cara dibawah ini banyak digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berwawasan pelayanan akan membuat mudah pelanggannya memberikan saran atau keluhan, contohnya : *restoran* atau hotel yang memberikan formulir bagi tamu untuk melaporkan kesukaan dan keluhan mereka, alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik atau perusahaan dapat bergerak lebih cepat menyelesaikan masalah.

b. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Karena itu, perusahaan tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan, perusahaan yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala.

II.I.3. Mempertahankan Pelanggan

Perusahaan sekarang ini berusaha sekuat tenaga mempertahankan pelanggannya, hal ini dikarenakan mereka menyadari untuk menarik pelanggan baru akan menelan biaya lima kali lipat dari pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Karenamempertahankan pelanggan adalah hal yang paling utama, ada dua cara mencapainya:

- a. Menyulitkan pembeli untuk berganti pemasok, pelanggan cenderung tidak akan berganti pemasok, kalau biaya modalnya tinggi, biayanya pencariannya tinggi potongan sebagai pelanggan setianya hilang dan seterusnya.
- b. Memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga akan sulit bagi saingan untuk menerobos halangan dan menawarkan harga lebih murah atau ransangan lain. (Kotler,2000:61).

II.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Masrum (2007: 16) dalam Ma'aruf mengemukakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya setelah kegiatan penjualan dan nilai-nilai perusahaan, faktor tersebut adalah:

- a. Produk
Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitasnya baik. Kualitas produk ini adalah yang global dan memiliki dimensi yaitu *performance, durability, realibility, consistency, dan design*.
- b. Kualitas pelayanan
Kualitas pelayanan ini tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memang kontribusi terbesar. Salah satu konsep *service quality* yang populer adalah *servqual*. Berdasarkan konsep ini *service quality* mempunyai 5 (lima) dimensi yaitu *reability, responsiveness, assurance, empaty, dan tangible*.
- c. Harga
Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang sensitif terhadap harga.
- d. Biaya dan kemudahan
Pelanggan akan merasa semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam pelayanan yaitu untuk mendapatkan jasa tersebut. Dari faktor diatas, menurut penulis yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan.

Namun demikian ada beberapa indikator yang sering dijadikan sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan ketika sedang melakukan transaksi. Ketika melakukan transaksi, pelanggan pasti memiliki keinginan yang dapat dibaca dan disuguhkan oleh produsen, maka disanalah kepuasan pelanggan akan tercapai.

- b. Pengalaman masa lalu ketika melakukan transaksi dengan para pesaing. Kualitas pelayanan yang baik dari suatu produsen pada umumnya akan membekas pada seseorang. Apabila pelayanan yang diberikan dibawah kualitas yang diberikan oleh para pesaing, maka pelanggan biasanya akan kecewa dan apabila pelayanan yang diberikan lebih berkualitas dari pesaing maka pelanggan akan memperoleh pengalaman baru.
- c. Pengalaman dari teman, apabila seseorang menceritakan suatu pengalaman yang menyenangkan, maka seorang pelanggan akan mengharapkan memperoleh pengalaman yang sama. Tapi apabila pelayanan yang diterimanya lebih buruk dari pengalaman yang telah diterima temannya, maka sangat berpotensi menimbulkan kekecewaan pada diri pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2003:30) di definisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

II.3 Tangible

Berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi. (Rangkuty,2003:18)

Sedangkan menurut Kotler Berwujud atau bukti fisik (*tangible*), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai komunikasi. (Kotler,2000:440).

II.4 Reliability

Menurut Rangkuty, Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat, tepat dan terpercaya dalam memberikan layanan kepada nasabah, yang perlu diperhatikan yaitu pada umumnya pelanggan menginginkan pelayanan yang cepat, tanggap, dan akurat. Kadang kala harga jasa tidak menjadi masalah bagi pelanggan, asal pelanggan mendapatkan layanan yang memuaskan. (Rangkuty, 2003:18)

Sedangkan menurut Kotler, keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan karyawan untuk memberikan jasa sesuai dengan apa yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten.(Kotler, 2000:440)

II.5 Responsiveness

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat atau memberikan pelayanan kepada nasabah dengan tanggap..(Rangkuty, 2003:18)

Sedangkan menurut Kotler, Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha (*owner*) untuk membantu pelanggan memberikan jasa dengan cepat dan bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen, misalnya penyediaan sarana yang sesuai untuk menjamin terjadinya proses yang tepat.(Kotler,2000:440)

II.6 Assurance

Keyakinan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Pengetahuan yang luas yang dimiliki setiap karyawan terhadap bidangnya masing-masing dalam melayani pelanggan, tentu saja akan menimbulkan keyakinan dan kepercayaan dari pelanggan.(Rangkuty,2003:18)

Sedangkan menurut Kotler, Jaminan atau kepastian (*assurance*) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji dalam promosi.(Kotler,2000:440)

II.7 Emphaty

Empathy yaitu syarat untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi nasabah. (Rangkuty,2003:18). Menurut Kotler *Emphatic (emphaty)* yaitu kesediaan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, misalnya guru, dosen, karyawan atau pengelola haru mencoba menempatkan diri sebgagai peserta didik/orang tua pelalggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus diberikan solousi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.(Kotler,2000:440)

II.8 Pengertian dan Klasifikasi Hotel

Menurut Rumekso Hotel adalah suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi yang dikelola secara komersial. Didalam hotel para tanu mendapatkan layanan penginapan, makanan dan minuman, serta fasilitas lainnya. (Rumekso, 2004)

Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum (SK Menti Perhubungan No. Pm. 10/Pw.301/Phb.77)

Menurut SK Menteri Perhubungan No. 241/ii/1970/ hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk akomodasi serta menyediakan hidangan dan fasilitas lainnya didalam hotel untuk umum yang memenuhi syarat *comfort* dan bertujuan komersial dalam jasa tersebut (STP<Bandung 1992).

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh area bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan dan penginapan,

makan, minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial (SK Menparpostel No. Km. 34/NK.103/MPPT 87).

Berdasarkan sistem penetapan tarif kamar (*room rate*), Hotel dibagi menjadi:

1. *Full American Plan Fap*, yaitu hotel menganut sistem dimana harga kamar termasuk tiga kali makan atau *room rate include 3 time meals*, yaitu *breakfast* (makan pagi), *lunch* (makan siang), dan *dinner* (makan malam).
2. *Modified American Plan (MAP)*, yaitu hotel yang menganut sistem dimana harga termasuk makan dua kali atau *room rate include 2 time meals*, yaitu makan pagi dan makan siang atau makan siang dan makan malam.
3. *Continental Plan (CP)*, yaitu hotel yang menganut sistem di mana harga kamar termasuk makan pagi atau *room rate include breakfast*, yang dalam hal ini adalah *Continental breakfast*.
4. *Bermuda Plan*, dengan sistem sewa kamar yang sudah termasuk makan pagi ala amerika (*american breakfast*).
5. *Europen Plan*, yaitu hotel yang menganut sistem dimana hargakamar tidak termasuk makan (*room rate only*).

Menurut jumlah kamar yang tersedia, hotel dibagi menjadi:

- a. Hotel kecil, yaitu hotel yang memiliki jumlah kamar yang paling banyak 25 buah kamar.
- b. Hotel menengah, yaitu hotel yang memiliki jumlah kamar antara 25 sampai 100.
- c. Hotel sedang, yaitu hotel yang mempunyai jumlah kamar antara 100 sampai 300 buah.
- d. Hotel besar, yaitu hotel yang mempunyai jumlah kamar diatas 300 buah. Menurut areal tugasnya, hotel dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu:

- 1) Bagian depan (*front of the house*) dikenal dengan nama *Front Office (FO)*, yang dibagi menjadi beberapa seksi, antara lain:
 - a) *Reservation*
 - b) *Operator*
 - c) *Reception*
 - d) *Concierge (Bell boy)*
 - e) *Information*
- 2) Bagian belakang (*back of the house*), dikenal juga sebagai *Back Office* yang dibagi menjadi:
 - f) *Hous Keeping Department*
 - g) *Food and Beverage Department*
 - h) *Accounting Department*
 - i) *Personnel Department*
 - j) *Enginering Department*
 - k) *Purchasing Department*

Dapat juga ditambahkan :

1. *Store Department*
2. *Security department*
3. *Linner and Laundry Department*

Tiap-tiap department ini masih terbagi lagi menjadi beberapa seksi untuk mendukung kelancaran tugas sehari-hari. Sedangkan defenisi hotel lainnya, yaitu hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, serta fasilitas-fasilitas lainnya diperlukan, dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan (Rumekso 2002).

Sementara berdasarkan SK Menmarpostel no. 34/hk.103/mmpt-87 pengertian hotel adalah suatu jenis organisasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan pelayanan penginapan, makan, dan

minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan dalam keputusan pemerintah.

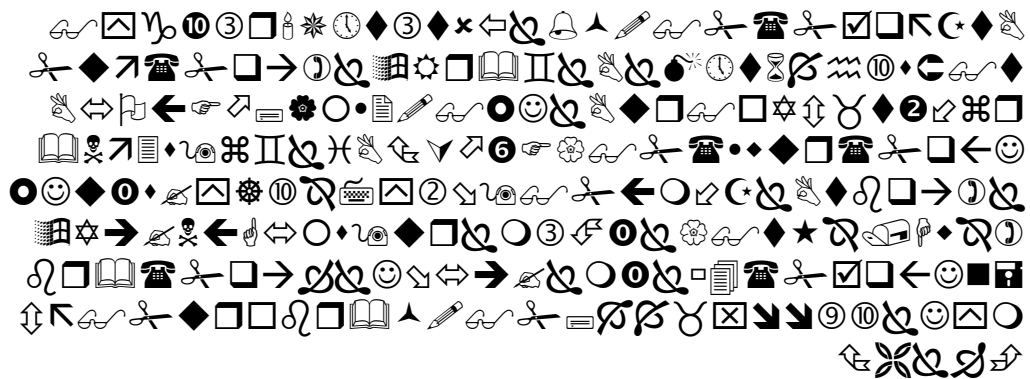
Sugiarto mengklasifikasikan sebuah hotel dapat ditinjau dari berbagai faktor yang sama lainnya yang berkaitan. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut: (Sugiarto, 2000)

1. Berdasarkan faktor dan tingkatan atau bintang dari hotel :
 - a. Hotel bintang satu
Minimal jumlah kamar 15 unit, dilengkapi dengan kamar, mandi didalam, dengan luas kamar standar 20m^2 .
 - b. Hotel berbintang dua
Jumlah kamar minimal 20 unit, termasuk *suite room*, kamar mandi didalam, luas kamar standar minimum 20m^2 , dengan luas *suite room* 44m^2 .
 - c. Hotel berbintang tiga
Jumlah kamar minimal 30 unit, dengan *suite room*, kamar mandi di dalam, luas standar minimum 24m^2 dan luas *suite room* 48m^2 .
 - d. Hotel berbintang empat
Jumlah kamar minimal 50, dengan *suite room* 3 kamar mandi, kamar mandi didalam, luas kamar standar 24m^2 , dan luas *suite room* 48m^2 .
 - e. Hotel berbintang lima
Jumlah kamar minimal 100 unit, dengan *suite room* empat kamar, dengan kamar mandi didalam, luas kamar standard minimal 26m^2 luas *suite room* 52m^2 .
2. Berdasarkan faktor dan tujuan pemakaian hotel selama menginap :
 - a. *Bussines hotel*
Hotel yang banyak digunakan oleh usahawan. Hotel ini mempunyai fasilitas yang lengkap untuk *bussnisman*.
 - b. *Recreational hotel*
Hotel yang dibuat dengan tujuan untuk orang-orang yang akan santai atau berkreasi.
3. Berdasarkan faktor lokasi hotel
 - a. *City hotel*
Hotel yang terletak didalam kota, dimana sebagian besar tamunya yang menginap melakukan kegiatan bussines.
 - b. *Resort hotel*
Resort hotel adalah hotel yang terletak dikawasan wisata, dimana sebagian tamu yang menginap tidak melakukan usaha.
 - c. *Suburb hotel*
Suburb hotel adalah yang berlokasinya di pinggir kota, yang merupakan kota *satelit* yakni pertemuan antara dua kota.
 - d. *Urban hotel*

Urband hotel adalah hotel yang beralokasi dipedesaan dan jauh dari kota besar atau hotel yang terletak didaerah perkotaan yang baru tadinya berupa desa.

II.9 Pandangan Islam Tentang Pelayanan

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas,jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:



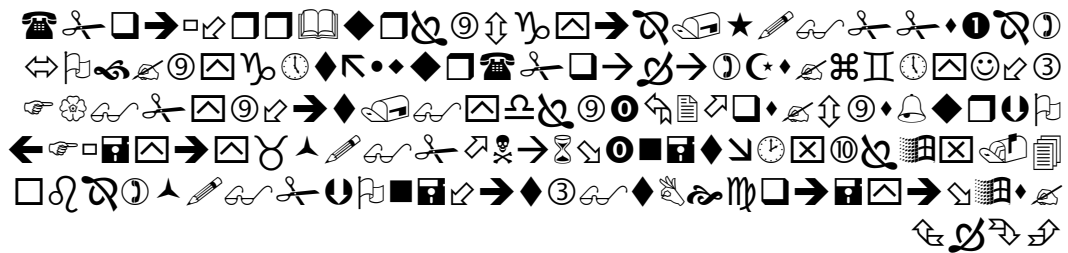
Yang Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman,nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagiandari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamikeluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya.Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

MenurutThorikdan Utus (2006:77) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkanpelayanan (service) tidak hanya sebatasmengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampiannyapun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya

memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya reliability (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu:



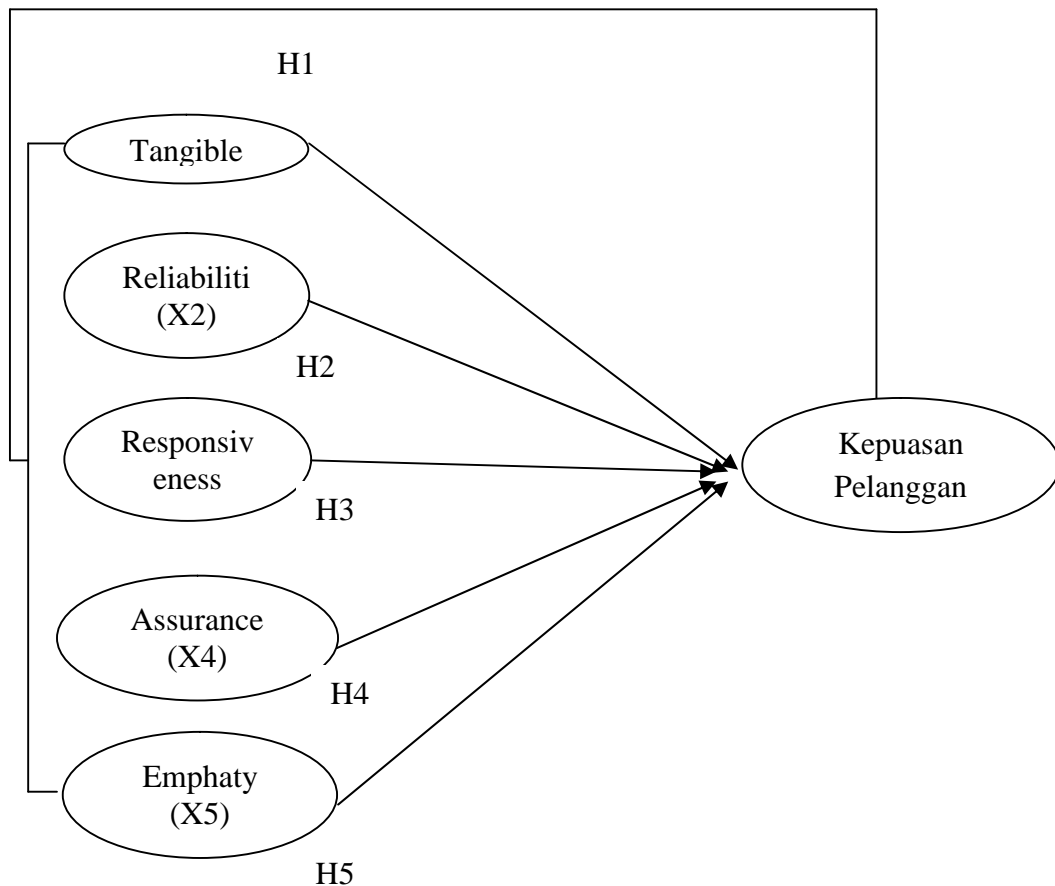
Artinya:

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan konsumen. Pelanggan lebih loyal

padaperusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan.

II.10 Kerangka Pemikiran



II.10 Penelitian terdahulu

Penelitian ini sebelumnya pernah diteliti oleh Ma'aruf (2008) menemukan 4 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, faktor tersebut antara lain adalah produk, kualitas pelayanan dan biaya. Dari hasil penelitian tersebut tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan questioner dan hasil analisis yang di nilai tingkat kepuasan pelanggan sebesar 38,8%, atau dapat dikatakan pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang telah diberikan.

II.11 Hipotesis

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah penulis buat, maka penulis mencoba untuk merumuskan suatu hipotesis sebagai berikut: "Di duga pelayanan Banquet Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru".

II.12 Variabel Penelitian

1. *Reliability* (X_1)
2. *Resonsivenes* (X_2)
3. *Assurance* (X_3)
4. *Emphaty* (X_4)
5. *Tangible* (X_5)
6. Kepuasan Pelanggan (Y)

II.13 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Reliabilty (kehandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)	<ol style="list-style-type: none"> a. Pelayanan yang memuaskan b. Kecepatan waiters dalam melayani tamu c. Prosedur atau pendaftaran tamu menginap tidak berbelit-belit. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)
2	Responsiveness (daya tanggap/ ketanggapan) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)	<ol style="list-style-type: none"> a. Tanggap dalam keluhan tamu b. Kesiediaan karyawan dalam membantu tamu c. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)
3	Assurance mencakup kemampuan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta	<ol style="list-style-type: none"> a. Keramahan dalam melayani pelanggan atau tamu b. Pengetahuan yang luas

	<p>kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sehingga bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>	<p>c. Keamanan konsumen atau tamu terjamin. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>
4	<p>Emphaty adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>	<p>a. Tersedia layanan 24 jam b. Mengetahui keinginan pelanggan atau tamu c. Mampu berkomunikasi dengan baik Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>
5	<p>Tangible adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta panampilan karyawan. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>	<p>a. Bangunan dan interior yang bagus dan menarik b. Kebersihan dan kenyamanan tempat rekreasi dan villa c. Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan d. Kebersihan dan kerapian karyawan Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>
6	<p>Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>	<p>a. Kenyamanan yang dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan b. Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan c. Minat untuk selalu menggunakan jasa d. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (ida manulang 2008:35)</p>

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru yang beralamat di jalan Jend Sudirman No 11 pekanbaru 28282 Riau-Indonesia, penelitian ini dilakukan pada bulan februari 2012.

III.2 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini data yang diperlukan dikelompokkan menjadi dua kelompok data, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang didapatkan melalui sumber pertama, diantaranya dari individu dan hasil wawancara langsung dengan pihak perusahaan dan konsumen, serta melalui penyebaran angket.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dan disiapkan melalui pihak perusahaan berupa data jumlah konsumen, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan aktifitas perusahaan.

III.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk proses penyelesaian dan pemecahan masalah penelitian dilakukan teknik pengumpulan data dalam bentuk kuisisioner. Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada pelanggan *banquet* Hotel Ratu Mayang Gaerden Pekanbaru yang disebut dengan responden yang berhubungan dengan peneliti.

III.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama,

untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2003:77). Dalam pengambilan data penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Banquet Hotel ratu Mayang Garden pada periode tertentu.

Sampel adalah contoh, wakil, sebagian atau bagian dari karakteristik populasi secara keseluruhan. Pada penelitian ini, populasi adalah pemakaian ruangan pesta dan ruangan meeting di Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru pada tahun 2011 (data terakhir) sebanyak 682. Untuk menentukan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan rumus *slovin*, pemakaian rumus ini mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal, dengan menggunakan kesalahan 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

$$n = \frac{682}{1 + |682(10\%)^2}$$

$$n = \frac{682}{1 + |682(0,1)^2}$$

$$n = \frac{682}{1 + |682(0,01)}$$

$$n = \frac{682}{1 + |6,82}$$

$$n = \frac{682}{7,82}$$

$$n = 80,30$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80,30 yang dibulatkan menjadi 81 responden pemakaian ruangan pesta dan ruangan meeting di Hotel Ratu Mayang garden Pekanbaru.

III.5 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner kepada pelanggan *banquet* sebanyak ... responden. Untuk mengetahui indikator variabel penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama.

b. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur.

c. Uji normalitas

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada, mengingat kesederhanaan tersebut, maka pengujian kenormalan data sangat tergantung pada kemampuan mata dalam mencermati *plotting* data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak sempurna) maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.

Untuk membantu pengolahan dalam menganalisis data penulis menggunakan metode *Regresi Linier Berganda*, data hasil pengamatan Y dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 \dots X_n$ (Umar, 2003:173).

Rumus umum dari regresi linier berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \dots + e$$

Dimana: Y = kepuasan pelanggan

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = pelayanan *banquet*

X_2 = *Reliability*

X_3 = *Assurance*

X_4 = *Emphaty*

X_5 = *Tangible*

X_6 = *Responsiveness*

Dengan demikian data yang penulis dapatkan bersifat kualitatif, untuk itu data diberi skala sehingga menjadi data yang kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

Tabel III.1: Keterangan skor dari jawaban

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (RR)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

a. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series pada waktu yang berbeda. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t, jika ada berarti autokorelasi. dalam penelitian keberadaan autokorelasi diuji dengan Durbin Watson dengan rumus sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^{t-N} (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^{t-N} e_t^2}$$

Keterangan:

1. Jika angka Durbin Watson (DW) dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi positif.
2. Jika angka Durbin Watson (DW) diantara -2 sampai +2 berarti tidak terdapat autokorelasi.
3. Jika angka Durbin Watson (DW) diatas =2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada uji ini variabel.

Identifikasi keberadaan *multikolinearitas* ini dapat didasarkan pada nilai *Tolerance and Inflation Factor (VIF)*.

$$VIF = \frac{1}{1-R^2} = \frac{1}{\text{Tolerance}}$$

1. Jika $VIF > 5$, terdapat persoalan *multikolinearitas* diantara variabel bebas.
2. Jika $VIF < 5$, tidak terdapat persoalan *multikolinearitas* diantara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedasitas terjadi dalam regresi apabila varian error (σ^2) untuk beberapa nilai x tidak konstan atau berubah-ubah. Pendeteksian konstan atau tidaknya varian error konstan dapat dilakukan dengan menggambar grafik antara \hat{U}_y dengan residu ($y - \hat{U}_y$).

Apabila garis yang membatasi sebaran titik-titik relatif paralel maka varian error dikatakan konstan. Pada penelitian ini akan dijelaskan secara lebih lanjut menggunakan program SPSS yang dijelaskan pada bab pembahasan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

IV.1 Sejarah singkat perusahaan

Hotel Sahid Raya Pekanbaru mulai beroperasi pada tanggal 4 april: 1979, Management Hotel Sahid Raya di kelola oleh PT. SIHMC (Sahid Internasional Hotel Management dan Consultan), sedangkan kepemilikannya adalah Bpk Drs Eddy S Ngadimo (PT Ratu Mayang Garden) dan PT. SIHMC atau group adalah milik Bpk Prof dr. H. Sukamdani Sahid Gito Sarjono.

Hotel Sahid Pekanbaru adalah merupakan bagian dari Sahid Group yang berjumlah 20 hotel sebagai berikut :

1. Hotel Sahid Jaya Jakarta di Jakarta
2. Hotel Sahid Lippo Cikarang di Cikarang
3. Hotel Sahid Topas Sandung di Bandung
4. Hotel Sahid Raya Solo Du Solo
5. Hotel Sahid Kusuma di Solo
6. Hotel Sahid Raya Yogyakarta di Yogyakarta
7. Hotel Sahid Surabaya di Surabaya
8. Hotel Sahid Bandar Lampung di Bandar Lampung
9. Hotel Sahid Rasinta Batam di Batam
10. Hotel Sahid Bali di Bali
11. Hotel Sahid Legi Mataram di Mataram
12. Hotel Sahid Kawamanua Manado di Manado
13. Hotel Sahid Manado di Manado

14. Hotel Sahid Toraja di Toraja Sul Sel
15. Hotel Sahid Jaya Makasar di Makasar
16. Hotel Sahid Maria Sorong di Irian Jaya
17. Hotel Sahid Mekkah di Arab Saudi
18. Hotel Sahid Madinah di Arab Saudi
19. Hotel Sahid Raya Pekanbaru di Pekanbaru
20. Hotel Sahid Medan di Medan

Hotel Sahid Raya Pekanbaru diklasifikasikan pada hotel berbintang empat, yaitu dengan jumlah kamar 150 kamar, kamar *selable* 140 kamar, kamar *available* sebanyak 10 kamar, parkir kendaraan sebanyak 250 space, kolam renang ukuran internasional, *lobby area*. Untuk fasilitas kamar di hotel Sahid Pekanbaru dilengkapi dengan *air conditioner*, *mini bar*, lemari pakaian, *guest supplies* seperti *envelope*, *writing paper*, *facsimilie paper*, *pen*, *amentities* seperti *shampo*, *conditioner*, *soap*, *hand soap*, *tooth brush*, dan *tooth paste*, *sanitary bag*, *sewing kit*, *televisi*, *shower* dengan air panas, *save deposit*, *towells*.

Kamar pada Hotel Sahid Raya Pekanbaru dibagi atas lima tipe antara lain, *superior* ? *standar*, *deluxe*, *junior suite*, *executive suite*, *royal suite*. Sedangkan restaurant terbagi menjadi 3 antara lain Ratu Mayang Garden *coffe shop*, bambu garden chinese restaurant, lafiesta bar. Sementara ruang pertemuan dibagi menjadi 7 ruangan antara lain hang lekir, hang buah, hang jebat, hang nadim, arcades, ratu agung ballroom, mahkota room, busnise centre pun dilengkapi dengan telephone, photo copy machine, aweretarial / administrasi suplies, computer dan printer.

Sedangkan departement yang terdapat di hotel ratu Mayang garden pekanbaru adalah *froom oficce, marketing, house kepping, personalia, laundry, acounting, engginering, food and beverage.*

Seiring dengan berjalannya waktu hingga kerja sama antara PT . SIHMC dan Consultan dengan PT Ratu Mayang Garden hampir mencapai 12 tahun, dan akhirnya muncul kata sepakat antara PT. SIHMC dan PT. Ratu Mayang Garden untuk tidak memperpanjang kontrak kerja sama karena kedua belah pihak menganggap bahwa PT. Ratu Mayang Garden sudah mampu untuk mengelola sendiri hotel Sahid Raya Pekanbaru.

Setelah penadatangan kesepakatan / MOU (memorandum of understanding) maka dewan direksi PT. Ratu Mayang Garden memutuskan untuk mengadopsi suatu nama yaitu “Hotel Ratu Mayang Garden” yang disertai dengan peningkatan fasilitas dan pelayanan sebagai berikut jumlah kamar 152 kamar, kamar *sealable* 152 kamar, kamar *available* sebanyak 152 kamar, parkir kendaraan sebanyak 250 space, kolam renang ukuran internasional, *lobby area.* Untuk fasilitas kamar di hotel sahid pekanbaru di lengkapi dengan *air conditioner, mini bar, lemari pakaian, guest supplies* seperti *envelope, writing paper, facsimilie paper, pen, amentities* seperti *shampo, conditioner, soap, hand soap, tooth brush, dan tooth paste, sanitary bag, sewing kit, televisi, shower dengan air panas, save deposit, towells.*

Kamar pada Hotel Sahid Raya Pekanbaru menjadi lima type antara lain, *superior / standar, deluxe, junior suite, executive suite, royal suite dan luxurie suite.* Sedangkan restaurant menjadi 4 antara lain Ratu Mayang Garden *coffe*

shop, bambu garden chinese restaurant, lafiesta bar dan cockpit lounge. Sementara ruang pertemuan dibagi menjadi 9 ruangan antara lain hang lekir room, hang tuah room, hang jebat room, hang nadim room, arcades room, hang mahaputri room, hang maharani room, ratu agung ballroom, mahkota room, busnise centre pun dilengkapi dengan telephone, photo copy machine, aweretarial / administrasi suplies, computer dan printer.

Sedangka departement yang terdapat di Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru adalah *froon oficce, marketing, house kepping, personalia, laundry, acounting, engginering, food and beverage dan security*

IV.2 Struktur Organisasi

Didalam sebuah hotel diperlukan sebuah strukutr organsasi yang jelas dan baik dipandang dari hirarki sebuah jabatan. Dari sebuah struktur inilah kita dapat melihat tugas dan tanggung jawab sebuah departemen.

Pada Hotel Ratu Mayang Garden, departemen *banquet* tepat berada dibawah naungan *Food an Beverage* departemen. Seorang F & B Manager bertanggung jawab langsung terhadap banquet. Untuk lebih jelasnya mengenai hirarki jabatan dari sruktur organisasi F & B departemen dapat dilihat di lembaran berikut.

IV.3 Aktivitas perusahaan

1. F & B Manager

Food and Beverage Manager mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk didepartemen F & B servi dan langsung membawahi departemen banquet yang mempunyai tugas untuk menjalin hubungan yang erat dan membina para staf F & B departemen dan khususnya banquet dalam melaksanakan operasionalnya agar berjalan dengan lancar. Di samping itu F & B Manager membuat rencana-rencana tentang event atau function yang akan diadakan dan menyediakan fasilitas yang akan dipakai. pada hotel ratu mayang garden F & B manager tugas dan tanggung jawabnya sama dengan banquet manager. Untuk lebih jelasnya tugasnya antara lain :

- a. Menyewakan segala fasilitas function room yang ada di hotel untuk dipergunakan baik kepada tamu-tamu hotel maupun tamu dari luar hotel serta pihak manajemen Hotel Ratu Mayang Garden
- b. Membuat function bulletin sehubungan dengan function yang sesuai dengan permintaan tamu
- c. Mengkoordinasikan pengaturan, penyusunan, serta pelaksanaan banquet
- d. Berusaha mendapatkan tamu sebanyak-banyaknya dengan jalan komunikasi melalui telephone atau mendatangi tamu perusahaan-perusahaan atau instansi pemerintah untuk menawarkan produk hotel

- e. Mengadakan hubungan kerja yang baik dengan departemen lain untuk operasional terutama untuk function agar berjalan dengan lancar
 - f. Menjalin hubungan yang baik dengan tamu dan memberikan service semaksimal mungkin
 - g. Mengecek absensi banquet crew
 - h. Mematuhi peraturan yang berlaku
 - i. Bertanggung jawab penuh atas kelancaran operasional
 - j. Memberikan masukan, saran dan membuat anggaran tahunan
2. Supervisor banquet
- a. Bertanggung jawab atas kelancaran service didalam outlet yang telah ditentukan
 - b. Melaksanakn training kebawahan
 - c. Memberikan pengarahan kebawahan
 - d. Mengusulkan atau meminta jumlah pegawai yang dibutuhkan
 - e. Membuat evaluasi dari kesalahan atau kekurangan di dalam operasional serta usaha perbaikannya
 - f. Membuat jadwal kerja, cuti, dan jadwal liber untuk anggotanya
 - g. Menguasai dan menggunakan terminologi yang benar semua alat-alat
 - h. Membagi tugas dan tanggung jawab keseluruh anggotanya
 - i. Mengawasi penggunaan alat-alat service agar dapat dipergunakan dalam jangka panjang.
3. Coordinator banquet

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran service didalam outlet yang telah ditentukan
 - b. Secara rutin mengecek attention agar selalu dalam bersih dan teratur
 - c. Selalu senyum dan memberi salam kepada tamu yang akan masuk keruangan pesta, pertemuan dan kemeja yang telah dipersiapkan
 - d. Memeriksa semua waiter/s agarselalu siap siaga dan untuk mengatur kelancaran operasional banquet
 - e. Mengerjakan pekerjaan yang agak sukar, seperti tamu complain
 - f. Memberikan intruksi kerja kepada waiter/s banquet
4. Waiter/s banquet
- a. Mempersiapkan segala macam peralatan yang akan dipakai nantinya
 - b. Mengatur dan menyusun meja makan atau lay out yang telah disetujui pihak penyelenggara
 - c. Selalu mengikuti brifing yang dipimpin oleh supervisor dan coordinator sebelum melakukan pekerjaan
 - d. Melayani tamu dengan senyum dan keramah tamahan
 - e. Mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan
 - f. Membersihkan dan menjaga perlatan agar tidak cepat hancur.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

V.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bab ini akan dibahas penelitian Pengaruh Pelayanan Banquet Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Ratu Mayang Garden. Ada tujuh variabel dalam penelitian ini yaitu : Variabel dependen (kepuasan pelanggan) dan variabel independen variabel tangibles (X1), variabel realibility (X2), variabel responsiveness (X3), variabel assurance (X4) dan variabel empathy (X5).

Deskripsi karakteristik dalam penelitian ini meliputi pekerjaan, jenis kelamin, penghasilan perbulan.

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Tabel V.1 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS	43	53.08%
Wiraswasta	19	23.45%
Lain-lain	19	23.45%
Jumlah	81	100%

Sumber: Data olahan tahun 2012

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa dari 81 orang responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 43 orang (53,08%), wiraswasta 19 orang (23,45%). Dan lain-lain 19 orang (23,45%).

2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel V.2 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Peria	67	82.72%
Wanita	14	17.28%
Jumlah	81	100%

Sumber: Data olahan tahun 2012

Dilihat dari jenis kelamin responden diketahui bahwa dari 81 responden dalam penelitian ini terdiri dari responden pria sebanyak 67 orang (82.72%), dan responden wanita sebanyak 14 orang (17.28%) dan Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden dalam penelitian ini berjenis kelamin pria.

3. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan

Tabel V.3: Karakteristik Responden Menurut Penghasilan

Penghasilan Perbulan	Jumlah responden	Persentase (%)
Kurang dari Rp 2.500.000	11	13.58%
Rp 2,500.000-Rp5000.000	34	41.97%
Lebih dari Rp 5000.000	36	44.44%
Jumlah	81	100%

Sumber: Data olahan tahun 2012

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat terlihat jelas bahwa sebagian besar respondent dalam penelitian ini dapat dikatakan penghasilan lebih dari Rp 5000.000. Responden yang berpenghasilan kurang dari Rp 2.500.000 berjumlah 11 orang (13.58%), berpenghasilan Rp 2.500.000- Rp 5000.000 sebanyak 34 orang (41.97%), dan berpenghasilan lebih dari Rp 5000.000 sebanyak 36 orang (44.44%).

V.2 Uji Validitas dan Reabilitas

V.2.1 Uji Validitas

Kriteria yang digunakan atau batas minimum suatu instrumen atau angket dinyatakan untuk valid atau lengkap memenuhi syarat-syarat menurut Iskandar mengutip pendapat Hairs, nilai r validitas di atas 0,30 adalah nilai yang dapat diterima dalam analisis faktor. Analisis ini dilakukan untuk menggugurkan item-item instrumen yang nilainya di bawah 0.30. Apabila telah digugurkan peneliti melakukan analisis berikutnya, jika terdapat item-item instrumen berikutnya

dibawah 0,30 maka peneliti dapat menggugurkan sekali lagi. Jika tidak lagi nilai item dibawah 0,30 maka analisis faktor dilanjutkan,

Tabel. V.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Item pertanyaan	Korelasi	keputusan
1	0.368	Valid
2	0.310	Valid
3	0.554	Valid
4	0.548	Valid
5	0.401	Valid

Sumber: Data olahan tahun 2012

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

Tabel. V. 5 : Hasil Uji Validitas Variabel Tangibles

Item pertanyaan	Korelasi	keputusan
1	0.374	Valid
2	0.701	Valid
3	0.467	Valid
4	0.346	Valid
5	0.701	Valid

Sumber: Data olahan tahun 2012

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

Tabel. V. 6 : Hasil Uji Validitas Variabel Realibity

Item pertanyaan	Korelasi	keputusan
1	0.576	Valid
2	0.575	Valid
3	0.338	Valid
4	0.539	Valid
5	0.382	Valid

Sumber: Data olahan tahun 2012

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

Tabel. V. 7 : Hasil Uji Validitas Variabel Responsiveness

Item pertanyaan	Korelasi	Keputusan
1	0.732	Valid
2	0.399	Valid
3	0.322	Valid
4	0.729	Valid
5	0.449	Valid

Sumber: Data olahan tahun 2012

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

Tabel. V. 8 : Hasil Uji Validitas Variabel Assurance

Item pertanyaan	Korelasi	Keputusan
1	0.542	Valid
2	0.332	Valid
3	0.529	Valid
4	0.361	Valid
5	0.443	Valid

Sumber: Data olahan tahun 2012

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

Tabel. V.9 : Hasil Uji Validitas Variabel Emphaty

Item pertanyaan	Korelasi	keputusan
1	0.363	Valid
2	0.370	Valid
3	0.674	Valid
4	0.489	Valid
5	0.386	Valid

Sumber: Data olahan tahun 2012

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

V.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan uji chronbach's alpha(a) dengan ketentuan jika $a > 0,60$ maka dikatakan reliabel.

Tabel. V. 10 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

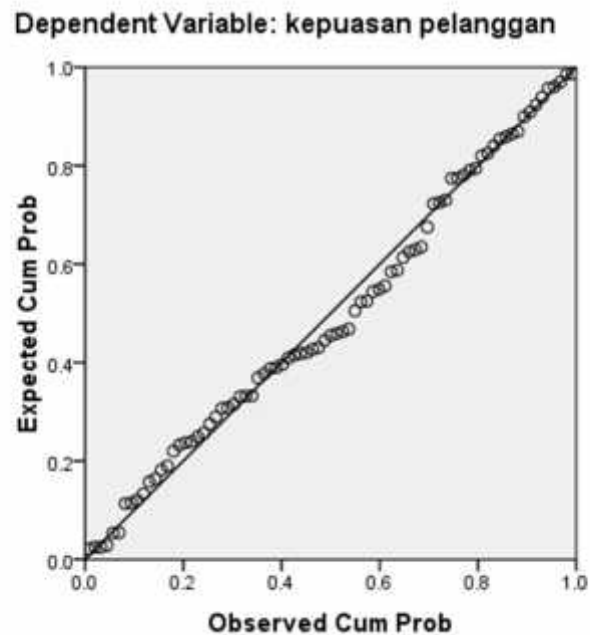
Variabel	Item pertanyaan	Chronbach's Alpha	Keputusan
Kepuasan Pelanggan	5	0.676	Reliabel
Variabel Tangibles	5	0.749	Reliabel
Variabel Realibity	5	0.721	Reliabel
Variabel Responsivenes	5	0.752	Reliabel
Variabel Assurance	5	0.677	Reliabel
Variabel Emphaty	5	0.694	Reliabel

Sumber : Data olahan tahun 2012

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena besar dari 0,60. Ini berarti kuesioner yang dijawab oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dengan keadaannya.

V.2.3 Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik uji normalitas, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti penyaluran data bersifat normal. Sehingga asumsi untuk melakukan model regresi dapat dilakukan.

V.2.4 Uji Autokorelasi

Tabel. V. 11 : Hasil Uji Autokorelasi Variabel Penelitian

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.849 ^a	.720	.701	1.967	2.338

- a. Predictors: (Constant), variabel emphaty, variabel tangibles, variabel responsiveness, variabel reab variabel assurance
- b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Dari hasil out put diatas didapat nilai DW yang dihasilkan dari regresi adalah 2.338, bearti didalam regresi ini terdapat autokorelasi negatif. Karena nilai Dw diatas =2.

V.2.5 Uji Multikolineritas

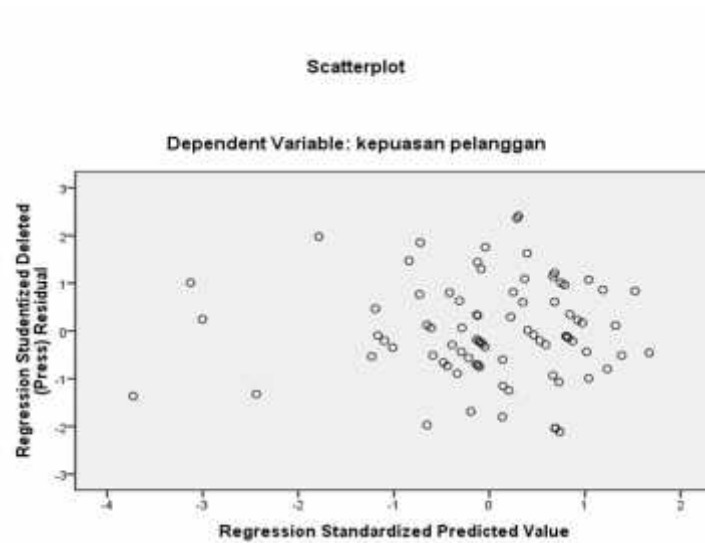
Tabel. V. 12 : Hasil Uji Multikolineritas Variabel Penelitian

Colinerty Statistik	
Tolerance	VIF
0.203	4.929
0.691	1.446
0.984	1.016
0.209	4.790
0.997	1.003

Sumber : Data Olahan

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolineritas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka tidak terdapat multikolineritas.

V.2.6 Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil diagram scatterplot, tidak terlihat pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y. Maka disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastitas dan pengujian ini layak di pakai.

V.3 Deskripsi Variabel penelitian

V.3.1 Kepuasan Pelanggan

Pada variabel kepuasan pelanggan di beri 5 pertanyaan yang mempunyai indikator kepuasan pelanggan. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden frekuensi sebagai berikut:

Tabel V. 13 : Item Pertanyaan Pada Variabel Kepuasan Pelanggan.

No	Pertanyaan	Skala Jawaban					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Saya merasa nyaman pada saat karyawan atau staf banquet memberikan pelayanan	25	38	8	6	4	81 100%
		30.86 %	46.91 %	9.87% %	7.40% %	4.93% %	
2	Saya merasa yakin atas pelayanan yang diberikan <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang	24	32	17	6	2	81 100%
		29.62 %	39.50 %	20.98 %	7.40% %	2.46% %	
3	Saya merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh <i>Banquet</i> Hotel	21	35	17	2	4	81 100%
		25.92 %	43.20 %	20.98 %	2.46% %	4.93% %	
4	Saya merasa nyaman ketika melaksanakn (acara) pada banquet Hotel Ratu Mayang	12	35	19	10	5	81 100%
		14.81 %	43.20 %	23.45 %	12.34 %	6.17% %	
5	Hotel Ratu Mayang Garden lebih mengutamakan kepuasan dari pada keuntungan yang ia	22	34	11	8	6	81 100%
		27.16 %	41.97 %	13.58 %	9.87% %	7.40% %	
Jumlah		104	174	72	32	21	405
		25.67	42.96	17.77	7.90%	5.18%	100%

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yang terjadi pada hotel ratu mayang garden hal ini terlihat pada jumlah responden yang memberi tanggapan pada katagori sangat setuju berjumlah 25.67%, responden yang memberikan tanggapan setuju berjumlah 42.96%, , responden yang memberikan tanggapan ragu- ragu berjumlah 17.77%, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju berjumlah 7.90% dan responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju berjumlah 5.18% .

V.3.2 Variabel Tangibles

Pada variabel variabel tangibles diwakili oleh 5 pertanyaan yang mencerminkan indikator variabel tangibles. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :

Tabel V. 15 : Item Pertanyaan Pada Variabel Tangibles

No	Pertanyaan	Skala Jawaban					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Bangunan dan Interior Hotel Ratu Mayang Garden bagus	26 3209	37 45.67	8 9.87%	6 7.40%	4 4.93%	81 100%
2	<i>Ball Room dan Room Meeting</i> di Hotel Ratu Mayang Garden	27 33.33	31 38.27	8 9.87%	7 8.64%	8 9.87%	81 100%
3	Fasilitas yang ditawarkan <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang Garden lengkap dan sesuai	21 25.92 %	39 48.14 %	13 16.04 %	5 6.17%	3 370%	81 100%
4	Karyawan <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang Garden <i>Berpenampilan bersih rapi dan</i>	14 17.28 %	33 40.74 %	19 23.45 %	11 13.58 %	4 4.93%	81 100%
5	Fasilitas yang di sediakan sudah sangat sesuai dengan <i>biaya yang telah saya keluarkan</i>	27 33.33 %	32 39.50 %	7 8.64%	7 8.64%	8 9.87%	81 100%
Jumlah		115 28.39	172 42.46	55 13.58	36 8.88%	27 6.66%	405 100%

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel tangibles yang terjadi pada hotel ratu mayang garden hal ini terlihat pada jumlah responden yang memberi tanggapan pada katagori sangat setuju berjumlah 28.39%, responden yang memberikan tanggapan setuju berjumlah 42.46%, responden yang memberikan tanggapan ragu- ragu berjumlah 13.58%, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju berjumlah 8.88% dan responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju berjumlah .6.66% .

V.3.3 Variabel Realibity

Pada variabel variabel realibity diwakili oleh 5 pertanyaan yang mencerminkan indikator variabel realibity. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :

Tabel V. 16 : Item Pertanyaan Pada Variabel Reability

No	Pertanyaan	Skala Jawaban					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Waiters Banquet di Hotel Ratu Mayang Garden cepat dalam	14	29	27	6	5	81
		17.28	35.80	33.33	7.40%	6.17%	100%
2	Prosedur pelayanan untuk tamu Meeting, wedding di	13	32	19	12	5	81
		16.04	39.50	23.45	14.81	6.17%	100%
3	Pelayanan yang diberikan oleh Banquet Hotel Ratu Mayang Garden sesuai harapan /	21	37	14	5	4	81
		25.92	45.67	17.28	6.17%	4.93%	100%
4	Pelayanan yang diberikan karyawan hotel ratu mayang Garden sangat berkualitas	16	29	20	11	5	81
		19.75	35.80	24.69	13.58	6.17%	100%
5	Pelayanan banquet Hotel Ratu Mayang Garden sangat cepat dalam merespon permintaan	18	29	23	9	2	81
		22,22	35.80	28.39	11.11	2.46%	100%
Jumlah		82	156	103	43	21	405
		20.24	38.51	25.43	10.61	5.18%	100%

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel reability yang terjadi pada hotel ratu mayang garden hal ini terlihat pada jumlah responden yang memberi tanggapan pada katagori sangat setuju berjumlah 20.24%, responden yang memberikan tanggapan setuju berjumlah 38.51%, responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu berjumlah 25.43%, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju berjumlah 10.61% dan responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju berjumlah .5.18% .

V.3.4 Variabel Responsivenes

Pada variabel variabel responsivenes diwakili oleh 5 pertanyaan yang mencerminkan indikator variabel responsivenes. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :

Tabel V. 17 : Item Pertanyaan Pada Variabel Responsiveness

No	Pertanyaan	Skala Jawaban					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Karyawan dan Staf <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang Garden	12	30	22	13	4	81
		14.81	37.03	27.16	16.04	4.93%	100%
2	Karyawan dan Staf <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang Garden	21	33	16	6	5	81
		25.92	40.74	19.75	7.40%	6.17%	100%
3	Karyawan dan Staf <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang Garden cepat dalam menvelesaikan	22	36	19	1	3	81
		27.16	44.44	23.45	1.23%	3.70%	100%
4	Karyawan Hotel Ratu Mayang Garden sangat cepat merespon permintaan pelanggan	10	30	23	14	4	81
		12,34	37.03	28.39	17.28	4.93%	100%
5	Karyawan Hotel Ratu Mayang Garden selalu siap memberikan informasi kepada pelanggan	17	37	10	10	7	81
		20.98	45.67	12.34	12.34	8.64%	100%
Jumlah		82	166	90	44	23	405
		20.24	40.98	22.22	10.86	5.67%	100%

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel responsiveness yang terjadi pada hotel ratu mayang garden hal ini terlihat pada jumlah responden yang memberi tanggapan pada katagori sangat setuju berjumlah 20.24%, responden yang memberikan tanggapan setuju berjumlah 40.98%, responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu berjumlah 22.22%, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju berjumlah 10.86% dan responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju berjumlah 5.67% .

V.3.4 Variabel Assurance

Pada variabel variabel assurance diwakili oleh 5 pertanyaan yang mencerminkan indikator variabel assurance. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :

Tabel V. 18 : Item Pertanyaan Pada Variabel Assurance

No	Pertanyaan	Skala Jawaban					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Banquet Hotel Ratu Mayang Garden Menjamin pelayanan	24	43	8	4	2	81
		29.62	53.08	9.87%	4.93%	2.46%	100%
2	Banquet Hotel Ratu Mayang Garden menjamin pelayanan	12	33	19	11	6	81
		14.81	40.74	23.45	13.58	7.40%	100%
3	Banquet Hotel Ratu Mayang garden menjamin penagguhan tamu yang complen	19	39	15	5	3	81
		23.45	48.14	18.51	6.17%	3.70%	100%
4	Karyawan Hotel Ratu Mayang garden menjamin untuk selalu mengutamakan kepentingan	17	39	12	9	4	81
		20.98	48.14	14.81	11.11	4.93%	100%
5	Hotel Ratu Mayang Garden menjamin fasillitasnya sesuai dengan yang diharapkan	26	31	8	7	9	81
		32.09	38.27	9.87%	8.64%	11.11	100%
Jumlah		98	185	62	36	24	405
		24.19	45.67	15.30	8.88%	5.92%	100%

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel assurance yang terjadi pada hotel ratu mayang garden hal ini terlihat pada jumlah responden yang memberi tanggapan pada katagori sangat setuju berjumlah 24.19%, responden yang memberikan tanggapan setuju berjumlah 45.67%, responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu berjumlah 15.30%, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju berjumlah 8.88% dan responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju berjumlah 5.92%

V.3.5 Variabel Emphaty

Pada variabel emphaty diwakili oleh 5 pertanyaan yang mencerminkan indikator variabel emphaty. Dalam variabel ini diajukan pertanyaan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :

Tabel V. 19 : Item Pertanyaan Pada Variabel Emphaty

No	Pertanyaan	Skala Jawaban					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Karyawan dan Staf <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang garden	25	38	8	6	4	81
		30.86	46.91	9.87%	7.40%	4.93%	100%
2	Karyawan dan Staf <i>Banquet</i> Hotel Ratu Mayang Garden	21	34	14	7	5	81
		25.92	41.97	17.28	8.64%	6.17%	100%
3	Tersedia layanan 24 jam bagi tamu yang menginap di Hotel Ratu Mayang Garden	21	37	17	2	4	81
		25.92	45.67	20.98	2.46%	4.93%	100%
4	Karyawan Hotel Ratu Mayang Garden selalu memberikan informasi yang dibutuhkan	14	32	18	12	5	81
		17.28	39.50	22.22	14.81	6.17%	100%
5	Karyawan Hotel Ratu Mayang Garden cepat merespon adanya masalah pelanggan	21	35	10	9	6	81
		25.92	43.20	12.34	11.11	7.40%	100%
Jumlah		102	176	67	36	24	405
		25.18	43.45	16.54	8.88%	5.92%	100%

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel emphaty yang terjadi pada hotel ratu mayang garden hal ini terlihat pada jumlah responden yang memberi tanggapan pada katagori sangat setuju berjumlah 25.18%, responden yang memberikan tanggapan setuju berjumlah 43.45%, responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu berjumlah 16.54%, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju berjumlah 8.88% dan responden yang memberikan tanggapan sangat tidak setuju berjumlah 5.92%

V.4 Analisis hasil penelitian

V.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah variabel yang diangkat lebih dari dua variabel dengan menggunakan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Hubungan antara enam variabel bebas dan variabel terikat

ditunjukkan dengan persamaan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh data-data sebagai berikut :

Tabel V.20: Koefesien Regresi Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Koefesien Regresi	Standar Error	T hitung	Sig
Variabel Tengibles	0.372	0.120	3.115	.003
Variabel Realibity	0.261	0.071	3.656	.000
Variabel Responsivenes	0.051	0.058	0.890	.376
Variabel Assurance	0.255	0.133	1.911	.060
Variabel Emphaty	0.149	0.059	2.510	.014
Constanta (a)	1.359	2.085	0.652	.517
R square :0.720 F Ratio : 38.587 Sig : 000				

Sumber : Data olahan tahun 2012

Dalam menganalisa data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linear berganda yaitu analisis tentang hubungan antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.

Hubungan antara variabel dependen dengan dengan independen ditunjukkan dengan persaman :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

$$Y = 1.359 + 0.372X_1 + 0.261 X_2 + 0.051X_3 + 0.255X_4 + 0.149X_5 + e$$

Keterangan:

1. Konstanta sebesar 1359 jika variabel kepuasan pelanggan, variabel tangibles, variabel reliability, variabel responsivenes, variabel assurance, variabel emphaty, dalam keadaan konstan maka keputusan konsumen sebesar 1359 satuan.

2. Hasil regresi $b_1 = 0.372$ artinya jika variabel pelayanan banquet ditingkatkan 100% apabila variabel tangibles, variabel reability, variabel responsiveness, assurance, empathy dalam keadaan konstan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 37.2%.

3. Hasil regresi $b_2 = 0.261$ artinya jika variabel tangibles ditingkatkan 100% apabila variabel reability, variabel responsiveness, variabel assurance, variabel empathy dalam keadaan konstan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 26.1%.

4. Hasil regresi $b_3 = 0.097$ artinya jika variabel reability ditingkatkan 100% apabila variabel tangibles, variabel responsiveness, variabel assurance, variabel empathy dalam keadaan konstan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 9.7%.

5. Hasil regresi $b_4 = 0.051$ artinya jika variabel responsiveness ditingkatkan 100% apabila variabel pelayanan banquet, variabel tangibles, variabel reability, variabel assurance, variabel empathy dalam keadaan konstan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 5.1%.

6. Hasil regresi $b_5 = 0.255$ artinya jika variabel assurance ditingkatkan 100% apabila variabel tangibles, variabel reability, variabel responsiveness, variabel empathy dalam keadaan konstan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 25.5%.

Hasil regresi $b_6 = 0.149$ artinya jika variabel responsiveness ditingkatkan 100% apabila variabel tangibles, variabel reability, variabel responsiveness, variabel

assurance dalam keadaan konstan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 14.9%.

V.4.2 Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji kesamaan rata-rata dari variabel independen. Uji t dianalisa dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, jika $T \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka variabel bebas memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh koefesien regresi variabel bebas sebagai berikut :

Uji t di lakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan signifikan 5%.

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= \alpha / 2 : n-2 \\ &= 0.05 / 2 : 81-2 \\ &= 0.025 : 79 \\ &= 1.99 \end{aligned}$$

Tabel V. 21 : Koefesien Regresi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap Variabel Terikat

Variabel	T hitung	T tabel	Sig
Variabel Tengibles	3.115	1.99	.003
Variabel Realibity	3.656	1.99	.000
Variabel Responsivenes	0.890	1.99	.376
Variabel Assurance	1.911	1.99	.060
Variabel Emphaty	2.510	1.99	.014

Sumber output SPSS

Ho = tidak ada pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen.

Ha = ada pengaruh variabel dependen terhadap independen .

Membandingkan t-hitung dengan t-tabel sebagai berikut :

- a. Jika nilai t-hitung < t-tabel maka Ho diterima artinya secara persial tidak ada pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.
- b. Jika t-hitung > t-tabel maka Ho ditolak artinya secara persial ada pengaruh positif antara variabel dependen terhadap independen.

Berdasarkan pengujian terhadap variabel tangibles terdapat t-hitung 3.115 > t-tabel 1.99 maka Ho ditolak artinya secara persial ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pengujian terhadap variabe lrealibity terdapat t-hitung 3.656 > t-tabel 1.99 maka Ho diolak, pengujian terhadap variabel responsivenes t-hitung 0.890 < t-tabel 1.99 maka Ho diterima, pengujian terhadap variabel assurance t-hitung 1.911 < t-tabel 1.99 maka Ho diterima dan pengujian terhadap variabel emphaty terdapat t-hitung 2.510 > t-tabel 1.99 maka Ho ditolak.

V.4.3 Uji F hitung

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	746.766	5	149.353	38.587	.000 ^a
	Residual	290.295	75	3.871		
	Total	1037.062	80			

a. Predictors: (Constant), variabel emphaty, variabel tangibles, variabel responsivenes, variabel realibity, variabel assurance

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 38.587 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Maka model regresi menunjukkan bahwa variabel yang terdiri dari variabel tangibles, variabel realibility, variabel responsiveness, variabel assurance dan variabel empathy secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

V.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)/R Square

Dari nilai koefisien determinasi koefisien (R^2 / square) dapat diukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel dependen.

Tabel V. 22 : Pedoman Untuk Memberikan Interval Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup kuat
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiono (2005 :183)

Menunjukkan nilai R sebesar 0,849, berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen sangat kuat karena karena R berada diantara 0,80-1,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,701 yang artinya 70.1% dari variabel tangibles, realibility, responsiveness, assurance dan empathy yang mempengaruhi terjadinya kepuasan pelanggan pada hotel ratu mayang garden, sedangkan sisanya ($100\% - 70.1\% = 29.9\%$) dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

V.5 Pembahasan

Berdasarkan koefisien regresi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat diatas diperoleh sebagai berikut:

1. Variabel tangibles (X1) menunjukkan T hitung sebesar $3.115 > T$ tabel 1.99, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tangibles secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi tangibles maka semakin tinggi juga terjadinya kepuasan pelanggan.
2. Variabel realibility (X2) menunjukkan T hitung sebesar $3.656 > T$ tabel 1.99, maka dapat disimpulkan bahwa variabel realibility secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi realibility maka semakin tinggi juga terjadinya kepuasan pelanggan.
3. Variabel responsivenes (X3) menunjukkan T hitung sebesar $0.890 < T$ tabel 1.99, maka dapat disimpulkan bahwa variabel responsivenes secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan,
4. Variabel assurance (X4) menunjukkan T hitung sebesar $1.911 < T$ tabel 1.99, maka dapat disimpulkan bahwa variabel assurance secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
5. Variabel emphaty (X5) menunjukkan T hitung sebesar $2.510 > T$ tabel 1.99, maka dapat disimpulkan bahwa variabel emphaty secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan,

Dari hasil pengujian koefisien regresi masing-masing variabel bebas diatas dapat disimpulkan bahwa dari lima variabel bebas hanya variabel tangible,

variabel realibity dan emphaty mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada hotel ratu mayang garden

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai dari akhir dari penulisan dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan, dan saran yang relevan bagi penelitian yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

VI.1 Kesimpulan

1. Dari hasil perhitungan koefisien kolerasi berganda (R) sebesar 0,849 menunjukkan adanya hubungan linier positif antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Dari hasil koefisien determinasi sebesar 0.701 atau sebesar 70.1%. hal ini menunjukkan bahwa lima variabel bebas secara bersama-sama mampu menjelaskan dan memberikan hubungan terhadap variabel terikat sebesar 70.1% sedangkan sisanya 29.9% dapat di terangkan dalam variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Dari nilai F hitung sebesar 38.587 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ maka hipotesis diterima. Maka model regresi menunjukkan bahwa dari enam variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel ratu mayang garden.
4. Hasil uji parsial (Uji T) hitung dari ke lima variabel bebas yaitu hanya variabel pelayanan banquet, variabel tangibles, variabel reability dan variabel emphaty yang berpengaruh positif terhadap kepusan pelanggan.

VI.2 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, agar menggunakan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk lebih mengembangkan wawasan.
2. Bagi pihak hotel ratu mayang garden hendaklah memperhatikan faktor-faktor yang dianggap penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan agar tujuan organisasi berjalan dengan lancar.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa enam variabel bebas variabel pelayanan banquet sangat mempengaruhi terjadinya kepuasan pelanggan, oleh karena itu pihak hotel ratu mayang garden harus memperhatikan hal tersebut agar tujuan dan cita-cita organisasi bisa berjalan dengan lancar dan tercapai..

DAFTAR PUSTAKA

- Gaffar, Vanessa. 2007, *CRM dan MPR Hotel*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Hasan, Ali, 2008.*Marketing*, Jakarta: Med Press.
- Hardiyati, Ratih, 2010.*Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*, skripsi tidak diterbitkan, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, Hemawan. 2009.*Service Operation*, Esensi, Divisi Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta Penerbit Salemba Empat, (PT. Salemba Empat).
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat
- Ma'aruf, Iin, 2008. *Analisis Pelayanan Banquet terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Furaya Pekanbaru*, skripsi tidak diterbitkan, Pekanbaru: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.
- Manulang, Ida, 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Air Lines di Bandara Polonia Medan*, skripsi tidak diterbitkan, Medan: Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara.
- Masrum, W.A.*Restoran dan segala permasalahannya*, Jakarta: Andi, Ofseet.
- Moenir. 2006.*Manajemen Pelayanan Umum*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhasymadun. 2005.*jurnal manajemen kualitas pelayanan (online)*, bab 2(diakses 10 november 2011).
- Oka, A, Yoeti. 2002.*Hotel, Motel, and Ressort*, Jakarta : PT. Perca.s
- Rangkuty, Fredy. 2003.*Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rumekso, 2004. *Houskepping Hotel* , Yogyakarta: Andi Ofseet.
- Rumekso. 2000. *Houskepping Floor Section*, CV, Yogyakarta: Andi Ofseet.

- Rumekso. 2005. *Houskeeping Hotel Floor Section*, Yogyakarta: CV, Andi
- Sinambela, Lijan Poltak. 2007, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiarto. 2000. *Hotel Fron Office Adminitration Kantor depan Hotel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, Singian dan Dergibson. 2006, *Metode Statiska*, Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*, Jakarta: PT Garsindo.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan dan Layanan Konsumen*, Jakarta: PT.Garsindo anggota ikapi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia. 2001. *Total Quality Service*, Yogyakarta :Andi Ofsset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2002, *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.