

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
PENGINAPAN PADA HOTEL GRAND MERANTI
SELATPANJANG**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

REZKI UTAMI
11671202224

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
PENGINAPAN PADA HOTEL GRAND MERANTI
SELATPANJANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau*



OLEH :

REZKI UTAMI
11671202224

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

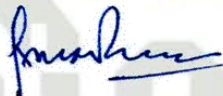
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : REZKI UTAMI
NIM: : 11671202224
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
SEMESTER : 9 (SEMBILAN)
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS,
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA PENGINAPAN PADA
HOTEL GRAND MERANTI SELATPANJANG.

DISETUJUI OLEH:

PEMBIMBING



RIKI HANRI MALAU, SE. MM
NIP. 19710124 200701 1 020

MENGETAHUI

DEKAN

KETUA PRODI MANAJEMEN



DR. DRs. H. MUH. SAID HM. M.Ag. MM
NIP. 19620512 198903 1 003



FAKHRURROZI, SE. MM
NIP. 19670725 200003 1 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : REZKI UTAMI
 NIM : 11671202224
 KONSENTRASI : MANAJEMENPEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 SEMESTER : 9 (SEMBILAN)
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PENGINAPAN PADA HOTEL GRAND MERANTI SELATPANJANG.
 TANGGAL UJIAN : 22 DESEMBER 2020

DISETUJUI OLEH:
 KETUA PENGUJI


FAKHRURROZI, SE, MM
 NIP. 19670725 200003 1 002

MENGETAHUI

PENGUJI I

PENGUJI II


DR. DONY MARTIAS, SE, MM
 NIP. 19760306 200710 1 004


ERMANSYAH, SE, MM
 NIP. 130712070

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA PENGGINAPAN
PADA HOTEL GRAND MERANTI
SELATPANJANG**

Oleh

REZKI UTAMI
11671202224

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada Hotel Grand Merant Selat Panjang. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Adapun sampel yang di tetapkan dalam penelithan ini adalah konsumen menggunakan jasa penginapan pada Hotel Grand Merant Selat Panjang yaitu sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan meybarkarkan angket kepada sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat uji regresi linear berganda dan menggunakan program olahan data SPSS V.23. Pada penelitian ini berdasarkan uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan Lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Melalui uji F diketahui bahwa secara bersama-sama variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen. Angka Adjusted R Square sebesar 0,653 yang menunjukkan bahwa 65,3% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi). Sedangkan 34,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti harga, promosi, persepsi kualitas, citra perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Kepuasan Konsumen

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, FACILITIES AND LOCATIONS ON CUSTOMER SATISFACTION USING THE SERVICES OF HOTELGRAND MERANTI SELATPANJANG

By

REZKI UTAMI
11671202224

The purpose of this study was to determine the effect partially and simultaneously between service quality, facilities and location on customer satisfaction using the inn services at the Grand Merant Selat Panjang Hotel. The sampling technique was carried out using the Slovin formula. The sample determined in this research is that consumers use the inn services at the Grand Merant Selat Panjang Hotel, namely 100 people. This research is descriptive quantitative using multiple linear regression test tools and using the data processing program SPSS V.23. In this study, based on the t test conducted, it shows that the Service Quality variable (X1) has a positive and partially significant effect on Customer Satisfaction (Y), Facilities (X2) have a positive and partially significant effect on Customer Satisfaction (Y) and Location (X3) positive and significant effect partially on Customer Satisfaction (Y). Through the F test it is known that together the dependent variable has an effect on the independent variable. The Adjusted R Square figure is 0.653 which shows that 65.3% of the Customer Satisfaction variable can be explained by the three independent variables (Service Quality, Facilities and Location). While the remaining 34.7% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Facilities, Location and Customer Satisfaction

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikumWr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril dan materil khususnya kepada :

1. Buat kedua orang tua tercinta, yang telah membesarkan, membimbing dengan penuh pengorbanan, dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan.
2. Bapak Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Drs. Muh. Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Ibu Dr. Leny Nofianti. MS, SE, M. Si Ak, Selaku wakil Dekan I, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si, Selaku wakil Dekan II, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Amrul Muzan, S.Hi., M.Ag, selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fahrurrozi, SE, MM, selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
9. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM, selaku dosen konsultasi proposal dan skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
10. Pimpinan Hotel Grand Meranti Selat Panjang beserta karyawan dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu penulis selama dalam melakukan penelitian.
11. Terima kasih kepada adek saya Siti Mauluddiah, yang telah memberikan semangat dan dukungan yang diberikan kepada penulis.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Buat sahabat-sahabat dan teman-teman saya, terima kasih atas segala dukungan, motivasi dan semangat yang diberikan kepada penulis.

Semoga semua ilmu dan bimbingan serta bantuan yang telah diberikan mendapat imbalan dari ALLAH *Subhanahu wa ta'ala*. Penulis juga berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat. *Aamiin*.

Wassalamu`alaikumWr.Wb.

Pekanbaru, September 2020
Penulis,

REZKI UTAMI
NIM : 11671202224

UIN SUSKA RIAU



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Daftar Isi

Abstrak..... i

Kata Pengantar..... ii

Daftar Isi vi

Daftar Tabel..... viii

Daftar Gambar ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah..... 8

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 8

1.4. Sistematika Penulisan 10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran (*Marketing*)..... 12

2.2 Bauran Pemasaran..... 14

2.3 Pengertian Perilaku Konsumen..... 18

2.4 Pengertian Jasa..... 21

2.5 Kualitas Pelayanan..... 26

2.6 Fasilitas 31

2.7 Lokasi..... 33

2.8 Kepuasan Konsumen 36

2.9 Kepuasan Konsumen Dalam Bisnis Menurut Pandangan Islam..... 37

2.10 Penelitian Terdahulu 38

2.11 Variabel Penelitian..... 40

2.12 Kerangka Pemikiran..... 40

2.13 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian 42

2.14 Hipotesis 42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian 44

3.2. Jenis dan Sumber Data..... 44

3.3. Teknik Pengumpulan Data..... 44

3.4. Populasi dan sample..... 45

3.5. Teknik Penarikan Sampel 47

3.6. Teknik Skala Pengukuran 47

3.7. Analisis Diskriptif 48

3.8. Analisis Kuantitatif 48

3.9. Teknik Analisis Data..... 48

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan 55

4.2 Visi dan Misi Hotel Grand Meranti 56

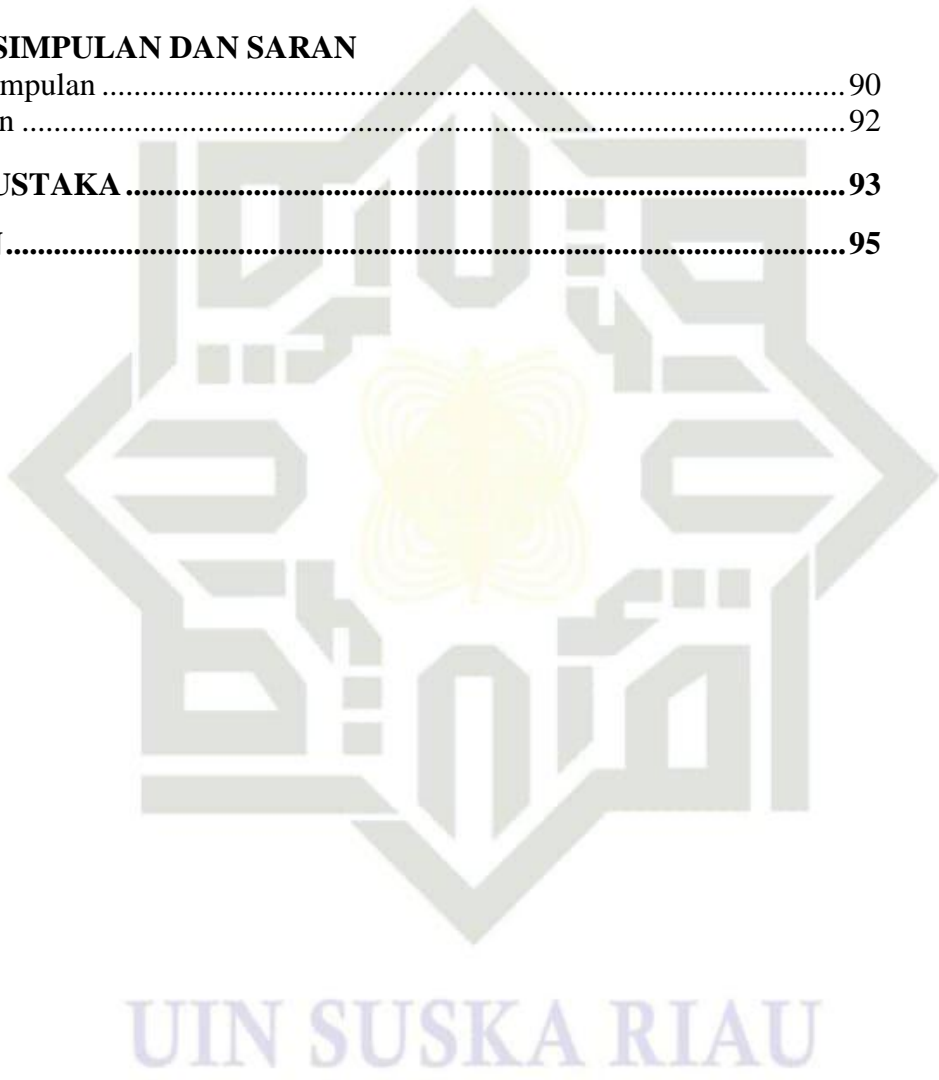
4.3 Struktur Organisasi 57



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden.....	61
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	63
5.3 Uji Kualitas Kualitas Data	68
5.4 Uji Normalitas.....	70
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	72
5.6 Analisis Data Penelitian.....	74
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	95





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Hotel Grand Meranti Selat Panjang Tahun 2014-2018.....	4
Tabel 1.2 Fasilitas Hotel Grand Meranti.....	6
Table 2.1 Tipe-tipe Klasifikasi Jasa.....	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 2.3 Konsep Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.1 Klasifikasi Alat Ukur.....	47
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Jumlah Kuesioner.....	48
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 5.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan (X1).....	63
Tabel 5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Fasilitas (X2).....	65
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Lokasi (X3).....	66
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen (Y).....	67
Tabel 5.8 Uji Validitas.....	69
Tabel 5.9 Rekapitulasi Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 5.10 Rekapitulasi Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 5.11 Rekapitulasi Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 5.12 Nilai Koefisien Regresi.....	75
Tabel 5.13 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	77
Tabel 5.14 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	80
Tabel 5.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R ²).....	81



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Hunian Hotel Grand Meranti Selat Panjang Tahun 2015-2019	5
Gambar 1.2 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Di Indonesia 2019-2020	5
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.2 Model konseptual kualitas pelayanan	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Grand Meranti Selat Panjang	60
Gambar 5.1 Uji Normalitas	71
Gambar 5.2: Uji Heteroskedastisitas	73



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini persaingan bisnis dalam industri jasa yaitu perhotelan menjadi sangat tajam. Hal ini dapat dirasakan di kota Selat Panjang dimana menurut pengamatan, dalam beberapa tahun terakhir ini banyak didirikan hotel-hotel baru dengan tipe dan kelas yang berbeda. Ini semua menunjukkan adanya potensi dan kemajuan dalam dunia kepariwisata dan tempat beristirahat.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan *staff*/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan dan tidak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Pelayanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak.

Kualitas pelayanan merupakan keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya, bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

Meningkatnya persaingan antara hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan kualitas dan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Dengan adanya pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan keputusan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen melalui pelayanan yang baik serta kerah-tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen.

Apabila konsumen benar-benar merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memeberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karna kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Di samping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang sangat kritis dalam membelanjakan uang mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas.

Pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa, kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang.

Hotel Grand Meranti Selat Panjang merupakan penyedia jasa penginapan yang sering di kunjungi oleh para pengunjung dari dalam kota maupun luar kota Selat Panjang. Hotel Grand Meranti Selat Panjang kerap kali penuh pada hari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

imlek. Pada hari raya imlek meranti memiliki tradisi tahunan masyarakat Cina yaitu tradisi *Cian Cui*, di Selat Panjang yang menjadi agenda pariwisata tahunan di Kabupaten Kepulauan Meranti. Dari pemesanan Hotel, diketahui wisatawan asing dari tujuh negara akan berkunjung ke kota Selatpanjang untuk mengikuti festival perang air, ketujuh negara itu antara lain Afrika Selatan, Inggris, Jamaika, Thailand, Singapura, Malaysia, dan Taiwan.

Pengunjung dari berbagai negara tersebut tertentu membutuhkan tempat peristirahatan untuk jangka waktu lebih dari 24 jam. Karna tradisi *Cian Cui* biasanya berlangsung 5 sampai 6 hari.

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai pengunjung dari pihak Hotel Grand Meranti Selatpanjang JL, Kartini No 55 Kecamatan Tebing Tinggi, Riau, Kabupaten Kepulauan Meranti.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Hotel Grand Meranti Selat Panjang
Tahun 2015-2019

TAHUN	JUMLAH KAMAR	JUMLAH KONSUMEN	JUMLAH KARYAWAN
2015	43	3.998	38 ORANG
2016	45	4.051	38 ORANG
2017	45	4.067	50 ORANG
2018	45	8.741	50 ORANG
2019	45	10.865	50 ORANG

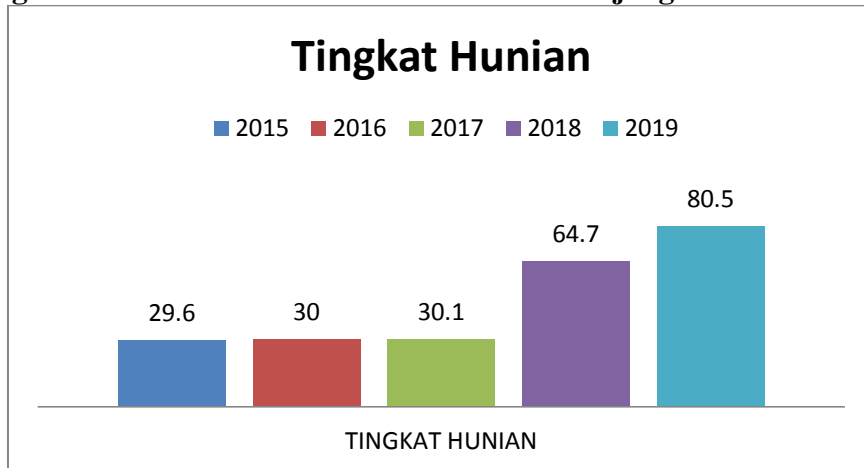
Sumber: hotel Grend Meranti Selat Panjang

Berdasarkan tabel di atas, terlihat data lima tahun terakhir bahwa jumlah tamu yang menginap di hotel mengalami peningkatan, selama periode tahun 2015-2019 jumlah tamu yang penginapan paling sedikit pada tahun 2015, dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang sangat drastis begitu pula pada tahun 2019. Ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan konsumennya.

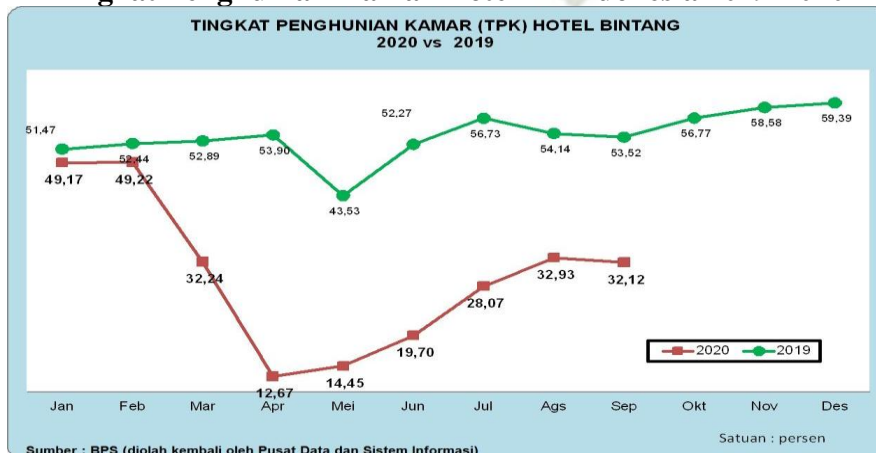
Gambar 1.1
Tingkat Hunian Hotel Grand Meranti Selat Panjang Tahun 2015-2019



Sumber: Hotel Grend Meranti Selat Panjang

Dari gambar 1.1, dapat dilihat bagaimana tingkat hunian hotel dari 2015 sampai dengan 2019. Tingkat hunian setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, dan tingkat hunian tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar 80,5%. Namun pada tahun 2020 tingkat penghunian mengalami penurunan, dan tingkat penghunian yang terjadi dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini.

Gambar 1.2
Tingkat Penghunian Kamar Hotel Di Indonesia 2019-2020



Sumber : <https://www.kememparekraf.go.id/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari gambar 1.2, dapat kita lihat bagaimana perkembangan tingkat hunian hotel yang ada di Indonesia pada tahun 2020. Pada bulan Januari sampai dengan April tingkat penghunian selalu mengalami penurunan, dan pada bulan April 2020 mengalami tingkat penghunian terendah yaitu sebesar 12,67%. Sedangkan pada bulan April sampai dengan Agustus tingkat penghunian kembali mengalami kenaikan dan pada bulan September tingkat penghunian mengalami penurunan kembali. Hal tersebut disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19 yang terjadi diseluruh dunia pada saat sekarang ini. Hal ini berdampak terhadap pada setiap segi bisnis, tidak terkecuali pada bisnis perhotelan.

Fasilitas pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang fasilitas yang ada di Hotel Grand Meranti yaitu restoran menyajikan masakan lokal dan internasional *Bandarioh Pub* dan *Bar* menawarkan aneka minuman dan makanan ringan, layanan kamar tersedia 24 jam. Hotel Grand Meranti berjarak 10 sampai 15 menit berkendara dari pelabuhan.

Tabel 1.2
Fasilitas Hotel Grand Meranti

NO	Fasilitas Umum Hotel Grand Meranti
1	<i>Frondesk 2411</i>
2	<i>Meeting Room</i>
3	<i>Restorant</i>
4	<i>Bar / lounge</i>
5	<i>Fax Machine</i>
6	<i>Fitness Centre</i>
7	<i>Ballroom</i>
8	<i>Loundry</i>
9	<i>Deposit Box</i>
10	<i>Cold Poll</i>
11	<i>Sauna/ SPA</i>
12	<i>Cable TV</i>
13	<i>CAR parkir</i>
14	<i>Room Service</i>
15	<i>Public area wifi</i>
16	<i>Chapel</i>

Sumber : Hotel Grand Meranti Selat Panjang, 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fenomena pemilihan objek penelitian pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang karena terdapat peningkatan terhadap kepuasan konsumen. yang terjadi pada lokasi penelitian, terutama berkaitan dengan keputusan konsumen menginap pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang, dimana setiap tahunnya jumlah tamu yang menginap mengalami peningkatan.

Menurut pengamatan penulis kualitas pelayanan yang ada di Grand Hotel Meranti Selat Panjang sudah cukup baik, apa bila konsumen merasa nyaman maka konsumen akan merasa puas. Jika penginap merasa puas akan pelayanan yang diberikan, maka penginap bisa menjadi pelanggan tetap serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain. hal ini dapat di lihat dari semakin banyaknya jumlah pengunjung yang menginap. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen akan puas, kepuasan yang di rasakan pelanggan akan berdampak positif bagi hotel dan mendorong terciptanya pelanggan dan kualitas hotel akan semakin positif di mata masyarakat Selat Panjang dan pelanggan pada khususnya.

Sedangkan dari segi fasilitas Grand Meranti Hotel memberikan berbagai fasilitas kamar hotel yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan adanya fasilitas yang ada, seperti *meeting room*, *restorant*, *ballroom* dan lain sebagainya. Adanya fasilitas yang memadai tentunya akan menunjang kegiatan konsumen dan fasilitas yang baik akan memenuhi kebutuhan konsumen. Jika pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang di berikan maka pelanggan akan menjadi pelanggan yang tetap.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dan dari tata letak lokasi Hotel Grand Meranti terletak di tengah-tengah kota Selat Panjang. Tepatnya di Jalan Kartini No 55 Kecamatan Tebing Tinggi. Lokasi yang sangat strategis di tengah-tengah kota yang memudahkan konsumen untuk singgah ataupun beristirahat di hotel tersebut yang tidak jauh dari pelabuhan, dan dekat dengan pusat-pusat pembelanjaan.

Memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas hotel yang ada menjadi hal penting untuk mendapatkan tamu yang setia. Dan lokasi yang strategis dekat dengan keramaian juga menentukan keberhasilan suatu usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu **Hartini (2017)**, **Baiti (2018)** dan **Iompoy (2015)** dalam jurnalnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang”** .

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti SelatPpanjang?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti SelatPpanjang?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti SelatPpanjang?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti SelatPpanjang?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti SelatPpanjang?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pada Hotel Grand Meranti SelatPpanjang?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3.1 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman serta sekaligus mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti jenjang pendidikan di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti

Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian telah lanjut terutama yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

1.1 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka peneliti ini sistematikan penulisan penelitian adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan tentang beberapa konsep-konsep teoritis yang mendukung pelaksanaan penelitian, hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis berisikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sample, uji hipotesis dan asumsi klasik.

BAB IV : GAMBARAN PERUSAHAAN

Dalam bab ini di uraikan tentang gambaran umum perusahaan struktur organisasi, dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini di kemukakan mengenai hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini di penulis membuat kesimpulan dan saran sebagai masukan bagi manajemen perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran (*Marketing*)

Pemasaran merupakan salah faktor yang terpenting untuk memajukan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dengan fungsi pemasaran yang baik, perusahaan mempunyai kemampuan untuk menghasilkan kriteria produk sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Menurut **Kotler dan Keller (2016:29)** “Pemasaran adalah fungsi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi”.

Sedangkan menurut **Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2013:2)**, adalah menyebutkan bahwa pemasaran adalah suatu sisi total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa yang baik pada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Mereka menerangkan dalam kegiatan pemasaran tersebut mencakup kegiatan menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, merencanakan dan mengembangkan produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut dan memutuskan cara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik menentukan harga, mempromosikan produk atau jasa, atau mendistribusikan produk jasa tersebut.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan bila ingin mendapatkan yang baik dari konsumen perusahaan harus secara penuh tanggung jawab. Tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan seharusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Sebuah perusahaan akan sukses apabila didalamnya terdapat kegiatan manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran pun menjadi pedoman dalam menjalankan kelangsungan hidup perusahaan dan menjadi peran yang tidak dapat dipisahkan sejak dimulainya proses produksi hingga pada tahap barang sampai pada konsumen.

Menurut **Djaslim Saladin (2012:3)** yaitu “Sebagai suatu analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran yang bermaksud untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Manajemen pemasaran menurut **Buchori dan Djaslim (2010:5)** adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Kotler dan Keller (2011:6)** dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13, manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan untuk menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan program-program yang menguntungkan perusahaan dan juga dapat diartikan sebagai ilmu memilih pangsa pasar supaya dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul.

2.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah variabel-variabel pemasaran yang dapat diatur sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama bisnis apa yang akan digeluti perusahaan saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang. Dan yang kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan elemen elemen bauran pemasaran untuk melayani pasar sasaran.

Menurut **Fandy Tjiptono (2014:42)** merumuskan bauran pemasaran menjadi 8 P (*product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence dan Customer Service*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Product* (produk)

Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat di tawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

2. *Price* (harga)

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan. Pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang biasa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi, ada pula perbedaanya, yaitu bahwa karakteristik *intangible* jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas.

3. *Promotion* (promosi)

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *direct mmarketing*, *personal selling* dan *public relations*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan jasa, promosi jasa seringkali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa. Selain itu, dalam kasus pemasaran jasa, personil produksi juga menjadi bagian penting dalam bauran promosi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Place* (tempat)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokal fisik (misalnya keputusan mengenai di mana sebuah hotel atau restoran harus didirikan), keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan (misalnya, apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan ataukah harus memasarkan sendiri paket liburan langsung kepada konsumen) dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa (contohnya, penggunaan *telephone delivery system*).

5. *People* (orang)

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Dalam industri jasa, setiap orang merupakan *part-time marketer* yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada *output* yang diterima pelanggan. Oleh sebab itu, setiap organisasi jasa (terutama yang tingkat kontakannya dengan pelanggan tinggi) harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Karakteristik *intangible* pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat resiko tersebut dengan jalan menawarkan bukti fisik dan karakteristik jasa.

7. *Process* (proses)

Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact services*, yang kerap kali berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan. Pelanggan restoran misalnya, sangat terpengaruh oleh cara staf melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses produksi.

8. *Customer Service* (pelayanan pelanggan)

Makna layanan pelanggan berbeda antar organisasi. Dalam sektor jasa layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan. Oleh sebab itu, tanggung jawab atas unsur bauran pemasaran ini tidak bisa diisolasi hanya pada departemen lamanya pelanggan, tetapi menjadi perhatian dan tanggung jawab semua personil produksi, baik yang dipekerjakan oleh organisasi jasa maupun oleh pemasok. Manajemen kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan erat dengan kebijakan desain produk dan personalia.

Menurut **Buchari Alma (2011:205)** "Bauran pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatankegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan".

Berdasarkan pengertian pengertian diatas penulis sampai pada pemahaman bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi dari faktor faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dapat membentuk suatu sistem pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan pada pasar sasaran.

2.3 Pengertian Prilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan aktivitas langsung atau terlihat dalam memperoleh dan menggunakan barang-barang ataupun jasa, termasuk dalamnya proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tindakan tersebut.

Menurut **Kotler dan Keller** yang dialih bahasakan oleh **Bob Sabran (2012:173)** perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Adapun menurut **Kotler dan Amstrong (2012:128)** perilaku konsumen adalah “Melihat perilaku dari tiap individu, rumah tangga maupun organisasi tentang bagaimana mereka berproses sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, serta tindakan setelah memperoleh dan mengkonsumsi produk dan jasa”.

Menurut **Sunyoto (2012:251)** pengertian perilaku konsumen adalah “Kegiatan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Berdasarkan teori-teori perilaku konsumen diatas penulis sampai pada pemahaman bahwa perilaku konsumen adalah suatu pengambilan keputusan seseorang untuk melakukan pembelian dan menggunakan barang atau jasa dengan melakukan tindakan yang secara langsung terlibat untuk memperoleh barang atau jasa tersebut yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

2.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen

Terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk barang atau jasa. Faktor-faktor ini memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya, menurut **Kotler dan Keller** yang dialih bahasakan oleh **Bob Sabran (2012:214)** faktor-faktor itu terdiri dari :

1. Faktor Budaya, terdiri dari:
 - a. Budaya
 - b. Sub-budaya
 - c. Kelas sosial
2. Faktor Sosial, terdiri dari;
 - a. Kelompok referensi
 - b. Keluarga
 - c. Peran dan status

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Faktor Pribadi, terdiri dari;
 - a. Usia dan tahap siklus hidup
 - b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi
4. Faktor Psikologi, terdiri dari:
 - a. Motivasi
 - b. Persepsi
 - c. Pembelajaran
 - d. Keyakinan dan sikap

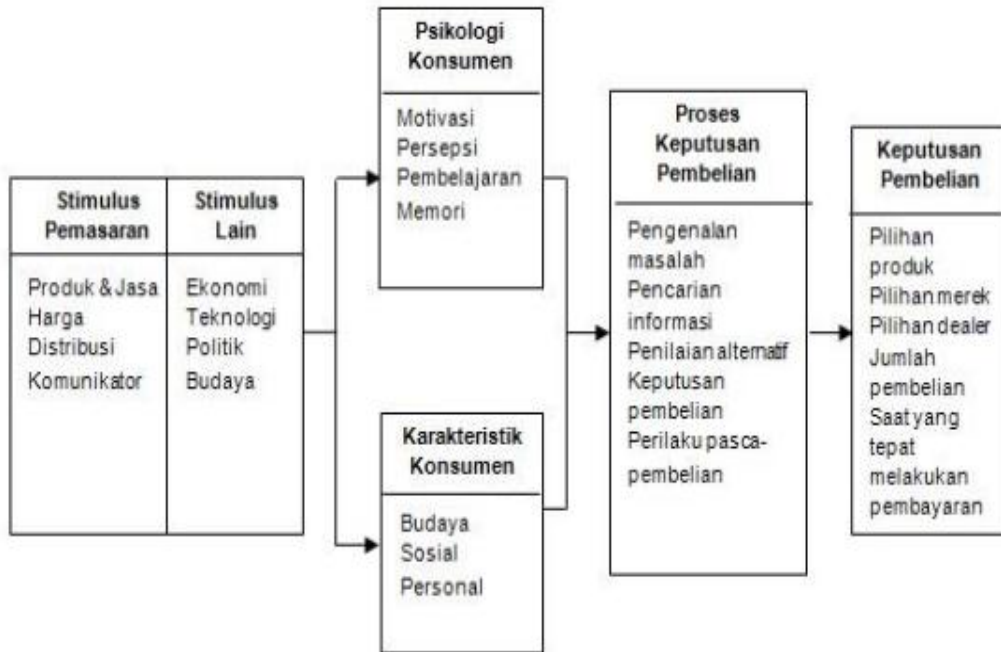
2.3.2 Model Prilaku Konsumen

Mengenai perilaku konsumen, pada akhirnya akan sampai pada bagaimana implikasinya terhadap langkah-langkah strategi pemasaran yang dilakukan. Mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai aspek yang berada pada diri konsumen dalam memutuskan pembelian. Adapun gambaran model perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh **Bob Sabran (2012:161)** pada Gambar 2.2 adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen



Sumber: Kotler dan Keller (2016:161)

2.4 Pengertian Jasa

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Selanjutnya, (Zethaml dan Bitner) dalam Lupiyoadi (2014:7) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut “*Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)*”. “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Kotler & Keller (2012:214)** yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono jasa dapat didefinisikan sebagai “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Melalui definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa jasa merupakan suatu rangkaian kegiatan yang bersifat *IntangibleI* yang hanya dirasakan pengguna atau si pemesan jasa tersebut dan tidak ada sifat kepemilikan dalam jasa.

2.4.1 Konsep jasa

Jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan dan atau sumber daya fisik atau barang penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan. **Tjiptono, (2011:164).**

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak wujud (*intangible*) dan tidak berakibat berpindah kepemilikan dari pihak menjual jasa kepada pihak yang mengkonsumsi jasa tersebut. **Kotler & Keller, (2010:62).**

Dari definisi jasa di atas, dapat disimpulkan bahwa jasa adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produksi jasa dapat berkaitan apapun tidak berkaitan dengan produk fisik.

Dalam sudut pandang ini, setiap bisnis jasa dipandang sebagai sistem yang terdiri dari dua komponen utama, diantaranya ialah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Operasi jasa (*Service Operation*), dimana elemen-elemen produk jasa diciptakan.
- b. Penyampaian jasa (*service delivery*), dimana elemen-elemen produk jasa tersebut dirakit, dirampungkan untuk kemudian di sampaikan kepada pelanggan. Sebagian dari sistem ini tampak (*visible*) oleh pelanggan sementara sebagisn lagi tidak tampak (*Invisible*) oleh pelanggan.

Jika terdiri dari berbagai jenis yang dapat dibedakan menurut kelompoknya masing-masing. Pergolongan jasa menurut **Tjiptono (2010)**. Dapat diuraikan sebagaimana table dibawah ini:

Table 2. 1
Tipe-tipe Klasifikasi Jasa

Berdasarkan	Klasifikasi	Contoh Jasa
1. Segmen Pasar	1. Konsumen Akhir 2. Konsumen Organisasi	1. Salon Kecantikan 2. Konsultan Pemasaran
2. Tingkat Keberwujudan	1. <i>Rented Good Service</i> 2. <i>Ownwed Goods Service</i> 3. <i>Non Good Service</i>	1. Penyewaan Mobil 2. Reparasi Komputer 3. Penerjemah
4 Keterampilan Penyedia Jasa	1. Layanan Propesional 2. Layanan Non Propesional	1. Dokter 2. Pembantu rumah tangga
4. Tujuan organisasi jasa	1. Oranisasi laba 2. Non laba	1. Hotel, bank 2. Yayasan Nasional
5. Regulasi	1. Layanan Regulasi 2. <i>Non Regulated</i>	1. Pernerbangan 2. <i>Catering</i>
6. Tingkat intensitas karyawan	1. Layanan berbasis alat 2. Layanan berbasis orang	1. Mesin ATM 2. Asuransi jamsostek
7. Tingkat kuntrak penyedia jasa dengan pelanggan	1. Kontak tinggi 2. Kontak rendah	1. Rumah sekolah 2. Jasa Bioskop

Sumber: Tjiptono, 2010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan berdasarkan jasa yang ditujukan kepada konsumen akhir atau kepada organisasi (Industri). Persamaan keduanya adalah sama-sama melalui tahap-tahap keputusan pembelian, namun dengan determinan (faktor pengaruh) yang berbeda. Perbedaannya adalah terletak pada jumlah jasa yang ditransaksikan, spesifikasi dan kompleksitas jasa itu sendiri.

2. Tingkat keberwujudan

Maksudnya adalah banyaknya barang berwujud yang terlibat di dalam proses jasa tersebut. Klasifikasi ini terdiri dari *rented-goods service* adalah barang merupakan milik konsumen itu sendiri, tetapi dipelihara, dirawat, di perbaiki oleh pihak penyedia jasa. Terakhir adalah *non-goods service*, dimana hampir tidak ada benda fisik yang terlibat di dalam proses jasa.

3. Keterampilan penyedia jasa

Dibedakan berdasarkan tingkat keterampilan dan pengetahuan pihak penyedia jasanya. Apabila memiliki pengetahuan dan keterampilan khusus, maka disebut sebagai *profesional service*. Sebaliknya apabila penyampaian jasa tidak dibutuhkan keterampilan dan pendidikan khusus, maka di sebut *non-profesional service*.

4. Tujuan organisasi jasa

Dibedakan berdasarkan tujuan laba dan non laba, apabila tujuan organisasi adalah mendapatkan laba, maka dikatakan *commercial* atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

profit service. Sedangkan apabila tujuan utamanya adalah untuk kepentingan non laba, maka disebut *non-profit service*.

5. Regulasi

Dibedakan berdasarkan landasan hukum yang terlibat dalam proses jasa, apabila jasa membutuhkan peraturan tertentu yang bersifat legal format, maka disebut sebagai *regulated services*. Sebaliknya apabila tidak membutuhkan pijakan peraturan yang legal formal, maka di sebut *non-regulated services*.

6. Tingkat Intensitas Karyawan

Dibedakan berdasarkan seberapa besar jasa tersebut melibatkan tenaga kerja. Apabila jasa lebih banyak menggunakan mesin (alat bantu), maka di sebut sebagai *equipment-based service*. Bila jasa lebih banyak melibatkan tenaga kerja, maka di sebut *people-based service*.

2.4.2 Karakteristik jasa

Menurut Kotler dan Keller (2011:164) menyatakan bahwa terdapat empat karakteristik jasa yang berdampak pada desain pemasaran jasa, yaitu:

1. Tidak berwujud (*tangibility*)

Sifat jasa yang tidak berwujud mengakitbatkan suatu jasa tidak dapat mencium, melihat, mendengar, meraba dan merasakan hasilnya sebelum membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut konsumen akan mencoba mencari informasi tentang jasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut. Seperti lokasi perusahaan, rekam jejak kinerja perusahaan dan apa yang akan didapat dari perusahaan dan apa yang akan didapat dari perusahaan tersebut jika kita melakukan transaksi serta hal-hal lainnya.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Jika umumnya diproduksi dan di konsumsi pada saat bersamaan. Jika seseorang melakukan pembelian jasa, maka penyedia jasa tersebut merupakan bagian dari jasa. Karena konsumen selalu menunggu sampai jasa tersebut di produksi, maka interaksi penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri utama pemasaran jasa.

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Bervariasi (*variability*)

Jasa tergantung kepada siapa penyedia jasa tersebut dan kapan serta dimana jasa di produksi, mengakibatkan jasa memiliki hasil yang berbeda-beda. Misalnya sebuah hotel yang sangat ramah melayani dan tanggap terhadap keluhan-keluhan tamunya. Sedangkan hotel yang lain tidak. Hal ini mengakibatkan pembeli jasa sangat berhati-hati terhadap adanya perbedaan ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Karakteristik *perishability* ini tidak akan menjadi masalah jika permintaan tetap. Tetapi jika perusahaan berfluktuasi, maka perusahaan jasa mengalami masalah. Misalnya perusahaan transportasi menyediakan lebih banyak kendaraan selama jam-jam sibuk untuk memenuhi permintaan konsumen.

2.5 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan komponen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Goetsch dan David dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011: 164), adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan **Ratnasari dan Aksa (2011:107)**, kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Kotler dan Keller** yang dialih bahasakan oleh **Bob Sabran (2012:374)**, menentukan bahwa ada lima penentu mutu jasa. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya :

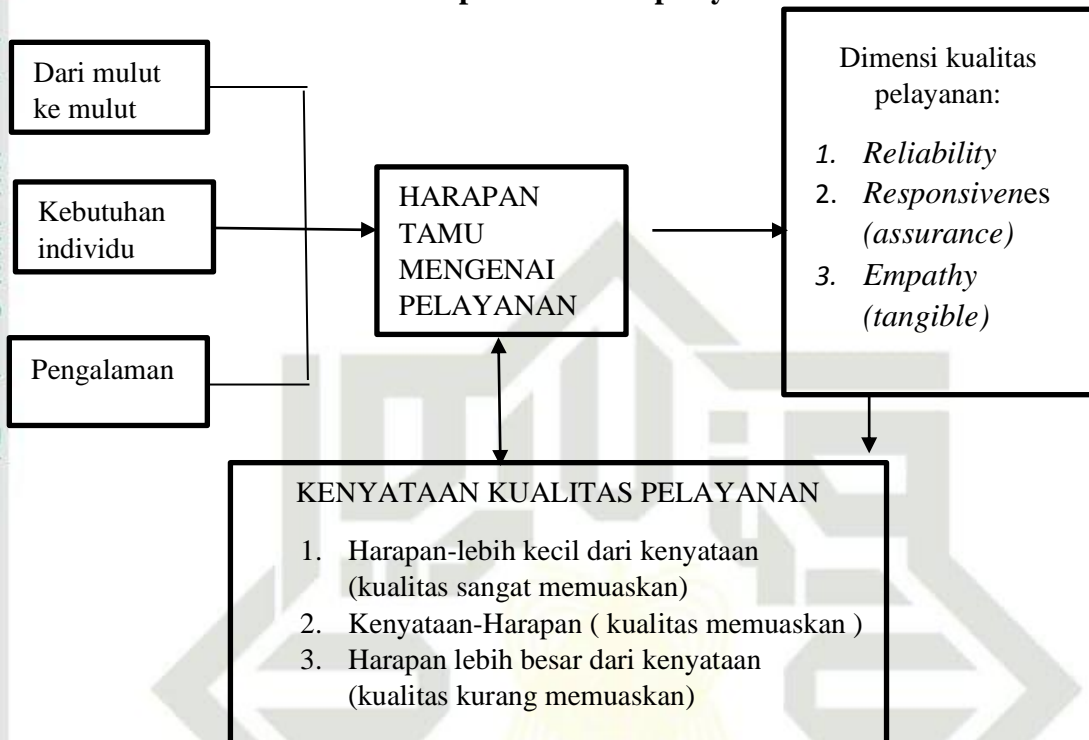
1. Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya. Bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang di berikan oleh penyedia jasa pada konsumen. Seperti penampilan fasilitas, peralatan, kebersihan.
2. Daya tangkap (*responsiveness*) yaitu perusahaan dalam memberikan memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
3. Empati (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen terhadap perusahaan.
4. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5. Berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi.

Berkaitan dengan lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka di bawah ini gambar model konseptual kualitas pelayanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.2
Model konseptual kualitas pelayanan



Sumber: manajemen Pemasaran jasa, Rambat Lupioyadi dan A, Hamdani (2010)

2.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan minat yang memberikan referensi positif atau tidak seseorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Menurut **Farida Jaspas (2011:19)** mengemukakan dalam suatu sistem jasa, penyedia jasa dan konsumen sebagai jasa dan konsumen sebagai jasa harus mempunyai hubungan erat, dimana konsumen merupakan partisipan aktif dalam bentuknya proses pelayanan. Dan **Fandy Tjiptono (2012:125)** menyatakan dengan memperhatikan

kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan.

Disebutkan dalam **Maukar (2012)** yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Bekasi” menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Agus (2012) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar)” menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu dalam penelitian Amanullah (2012) menyatakan kualitas pelayanan sebuah produk atau jasa akan terwujud jika harapan konsumen sesuai dengan kinerja pelayanan yang diberikan. Bila terjadi ketidaksesuaian antara kinerja pelayanan dengan harapan konsumen dapat mengurangi persepsi positif konsumen terhadap produk atau jasa. Kualitas pelayanan merupakan senjata perusahaan agar dapat memenangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut **Tangkilisan (2015:219)** yaitu:

- a. Penampakan fisik (*tangible*)
- b. Reabilitas (*reability*)
- c. Responsivitas (*responsiveness*)
- d. Kesopanan (*caontesy*)
- e. Akses (*access*)

2.6 Fasilitas

Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel, merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk tinggal atau menyewa disuatu hotel tertentu. Menurut **Agus Sulastiyono (2011:28)** fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada paratamu dalam melaksanakan berbagai kegiatan sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel.

Menurut **Tjiptono (2014:317)** fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain, interior, dan eksterior serta kebersihan harus di pertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

2.6.1 Faktor Mempengaruhi Fasilitas

Menurut **Nirwana (2014 : 47)** terdapat beberapa faktor yang Mempengaruhi Fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Desain Fasilitas
- b. Nilai Fungsi
- c. Estetika
- d. Kondisi yang mendukung
- e. Peralatan penunjang

2.6.2 Hubungan fasilitas dengan kepuasan Konsumen

Menurut **Tjiptono (2016:125)** berpendapat bahwa kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Bila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas layanan ini akan berdampak pada terjadinya kepuasan konsumen dalam mengingat. Atas dasar pemikiran tersebut maka dapat dikatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

2.6.3 Indikator fasilitas

Menurut **Tjiptono(2014:318)** indikator Fasilitas ada 5 yaitu :

- a. Pertimbangan, nyaman dan perencanaan spesial
- b. Perencanaan ruangan
- c. Perlengkapan dan perabot
- d. Tata cahaya dan warna
- e. Unsur pendukung lainnya seperti, *wifi*, toilet, tempat lokasi makan dan minum dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Lokasi

Penentuan lokasi yang tepat akan menjadi kunci kesuksesan suatu bisnis, karena lokasi akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung atau bahkan berbelanja.

Pengertian lokasi menurut **Kasmir (2012:129)** adalah sebagai berikut: “Tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya”.

Menurut **Tjiptono (2015:345)**, lokasi adalah berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

2.7.1 Hubungan Lokasi Dengan Kepuasan Konsumen

Dalam bisnis retail, pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting karena pemilihan lokasi akan berdampak pada kesuksesan suatu bisnis. (**Levy 2012:195**) mengatakan pemilihan lokasi sangat penting dalam industri bisnis dikarenakan:

1. Lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan toko atau penyedia jasa yang mereka inginkan.
2. Pemilihan lokasi merupakan hal yang penting karena faktor ini bisa digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan.
3. Pemilihan lokasi sangat beresiko.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7.2 Tahap Memilih Lokasi

Ada beberapa tahap sebelum memutuskan memilih lokasi ritel yang tepat bagi peritel. Menurut **Sunyoto (2015:185)** tahap tersebut yaitu :

1. Pemilihan pasar
 - a. Tingkat perekonomian masyarakat
 - b. Tingkat persaingan
 - c. Ukuran populasi dan karakteristiknya
 - d. Industri / bisnis di lingkungan sekita
 - e. Pajak

2. Analisis area

Mengenai analisis area perdagangan, terbagi menjadi dua area yaitu:

- a. *Primary trading area*

Meliputi sebagian besar pelanggan dalam area yang kita pilih dan merupakan orang-orang dengan tingkat pembelian potensial tertinggi. Dapat terlihat dari segi jumlah atau orang yang paling mudah mencapai toko.

- b. *Secondary trading area*

Dapat dilihat orang yang akan menjadi pelanggan potensial yang berada di luar *primary trading area*. Pada umumnya jarak dan waktu tempuh mereka ke lokasi kita jauh lebih tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibandingkan yang telah kita lakukan pada saat menganalisis pasar.

3. Analisis tempat

Pada tahap analisis tempat, sekaligus melakukan evaluasi terhadap pemilihan lokasi. Secara garis besar terdapat tiga pilihan yang dimiliki peritel yaitu :

- a. Di pusat perbelanjaan (*Mall*, Kompleks Pertokoan, dan sebagainya)
- b. Di tengah kota (Keramaian)
- c. Berdiri sendiri terpisa

2.7.3 Hubungan lokasi dengan kepuasan Konsumen

Pemilihan lokasi untuk berbisnis harus dilakukan secara hati-hati. Meskipun kesuksesan tidak hanya bergantung pada lokasi bisnis, tetapi factor lokasi akan mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Pelanggan selalu mempertimbangkan untuk berbelanja dengan melihat faktor lokasi yang sesuai. Maka untuk itu para pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan terhadap keputusan pembelian pelanggan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis :

2.7.4 Indikator Lokasi

Menurut **Hendra Fure (2013:276)** indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Lokasi mudah dijangkau
- b. Ketersediaan lahan parkir
- c. Memiliki tempat yang cukup luas
- d. Lingkungan skitar yang nyaman

2.8 Kepuasan Konsumen

Defenisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang di rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler Koller 2012:19). Atau di artikan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang di rasakan (*Percaivet performance*) dan harapan (*Expectations*).

Menurut Tjiptono (2012:301), Kepuasan konsumen situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginanya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik.

2.8.1. Indikator kepuasan konsumen

Menurut Kotler (2012 : 122)

- a. *Re-repurchase* : kembali membeli, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.
- b. Menciptakan *world of mouth* : pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- c. Menciptakan citra merek: pelanggan akan kurang memperhatikan merak dan iklan dari produk pesaing.
- d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.: membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Kepuasan Konsumen Dalam Bisnis Menurut Pandangan Islam

Dalam menganalisis perilaku konsumen berdasarkan syariah Islam, seseorang bisa saja berpandangan sempit dan statis dengan mengatakan bahwa konsumen dalam suatu masyarakat islam hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan. Karena dalam syariat islam semua larangan larangan itu mempunyai keabsahan yang pasti.

Dalam kontek kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli hubungan baik manusa. Allah berfirman dalam *Al-quran Surah Ali-imran* ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha agar berlemah lembut) memuaskan kepada objek dakwah (*costumer* atau pelanggan).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ
 حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*(Ali-imran, Ayat 159)

Berdasarkan ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa preferensi pada apa yang disebut dengan *thayyib* (baik) dan yang halal dengan dihadapkan dengan sesuatu yang *khabits* (jelek) serta haram adalah salah satu cara yang

bisa dianggap sangat baik untuk pengambilan keputusan yang sehat dan bijak tersebut. Sesuatu yang baik dan sesuatu yang jelek tidak akan pernah sama. Bisnis yang menguntungkan selalu diberikan pada hal yang *thayyib*, meskipun dalam kuantitasnya ia lebih banyak dari yang atau *khabits*.

2.10 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Werry Kurniawan Binus (2012)	Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Menginap Pada Hotel Grand Asia Hotel	Meneliti variabel harga yang mempengaruhi keputusan menginap.	Adanya pengaruh secara simultan dan parsial antara pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap proses keputusan menginap pada hotel grand asia
2	Nurhayati. (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pada Hotel Zahra Kendari.	Meneliti keputusan menginap konsumen sebagai variabel terikat.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap Konsumen pada Hotel Zahra Syariah Kendari sebesar 67,6%
3	Nurokti Diana Luthfi (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Pondok Seratta Hotel Semarang	Meneliti variabel harga yang mempengaruhi keputusan konsumen menginap.	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen untuk menginap secara simultan positif dan signifikan, dari nilai koefisien determinasi sebesar 36,2%.
4	Sri Hartini (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya	Meneliti variabel keputusan konsumen menginap sebagai variabel terikat.	Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan untuk menginap di Hotel Sakura Palangka Raya dengan kontribusi sebesar 60,9%
5	Aditama Kusuma Atmaja (2011)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada tiket Garuda di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor	Meneliti perusahaan yang bergerak dibidang jasa travel.	Dimana variabel kepuasan pelanggan (Y), bukti fisik (X1), kehandalan (X2), dan daya tanggap (X3), jaminan (X4) empati (X5), pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel bukti fisiik, kehandalan, daya tangkap,

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
				jaminan, empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.
6	Inka Janita Sembiring; Suharyono, Andriani Kusuma (2014)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)	Meneliti variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang	Kualitas Produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan; Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan. Dengan demikian sebaiknya Restoran McDonald Malang terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Hal tersebut akan mampu mempengaruhi kepuasan dan membuat pelanggan menjadi loyal.
7	Basrah Saidini; Samsul Arifin (2012)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market	Meneliti kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan minat beli konsumen	Terbukti secara empiris kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan minat beli ulang. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.
8	Steffi Mongkaren (2014) Vol.1 No.4 Jurnal Emba	Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado	Meneliti kepuasan pengguna pelayanan jasa rumah sakit.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna JaSA Rumah Sakit Advent Manado.
9	Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 11, No. 1 (2014)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De'Pans Pnceke And Waffle Di Kota Malang).	Meneliti variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di kota Malang.	Kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas produk dan kualitas pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
10	Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No 1 (2014)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya	Meneliti variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.	Kualitas layanan, kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen.

2.11 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti akan dibedakan menjadi dua yaitu variabel terikat dan variabel bebas adapun variabel-variabelnya adalah :

- a. Variabel dependent atau variabel terikat (variabel Y), yaitu:

Y : Kepuasan Konsumen

- b. Variabel independent atau variabel bebas (variabel X), yaitu:

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Fasilitas

X3 : Lokasi

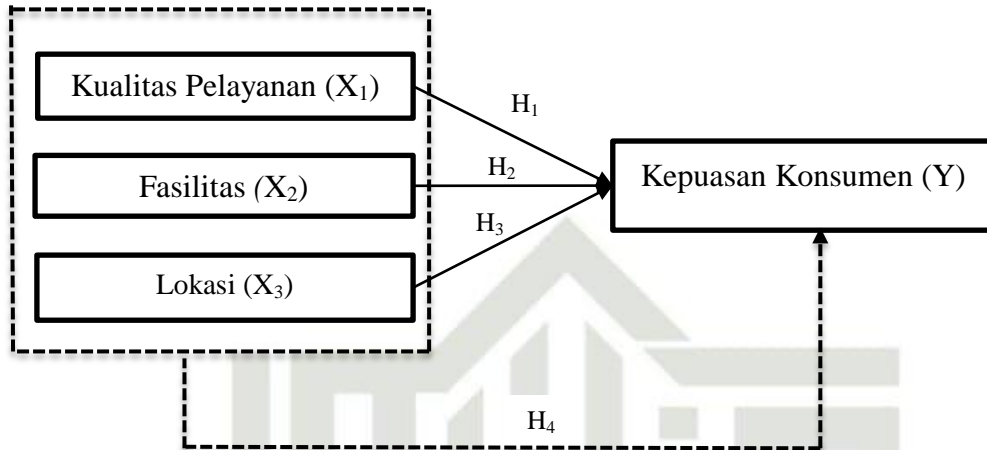
2.12 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan konsep pada penelitian ini maka, penulis dapat menyusun sebuah rangka penelitian seperti yang tersaji dalam gambar sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber : Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Penelitian terdahulu menjadi dasar hipotesis saya)

Keterangan :

- = Pengaruh secara simultan
- > = Pengaruh secara parsial

Berdasarkan skema kerangka pemikiran di atas, terlihat bahwa terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yang termasuk variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X₁), fasilitas (X₂), dan lokasi (X₃).

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini adalah kepuasan konsumen (Y)

2.13 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Tabel 2.3 Konsep Operasional Variabel

Variabel	Difinisi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik. Tjiptono (2012:301)	a. <i>Re-repurchase</i> b. Menciptakan <i>world of mouth</i> c. Menciptakan citra merek d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama . Menurut Kotler (2012 : 122)	Likert
Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh. Ratnasari dan Aksa (2011:107)	a. Penampakan fisik (<i>tangible</i>) b. Reabilitas (<i>reability</i>) c. Responsivitas (<i>responsiveness</i>) d. Kesopanan (<i>caontesy</i>) e. Akses (<i>acsess</i>) Tangkilisan (2015:219)	Likert
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada paratamu dalam melaksanakan berbagai kegiatansehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Agus Sulastiyono (2011:28)	a. Pertimbangan, kenyamanan dan perencanaan spesial b. Perencanaan ruangan c. Perlengkapan dan perabot d. Tata cahaya dan warna e. Unsur pendukung lainnya seperti, <i>wifi</i> , toilet, tempat lokasi makan dan minum dan lain sebagainya. Tjiptono(2014:318)	Likert
Lokasi (X3)	Lokasi adalah berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Tjiptono (2015:345)	a. Lokasi mudah dijangkau b. Ketersediaan lahan parkir c. Memiliki tempat yang cukup luas d. Lingkungan skitar yang nyaman . Hendra Fure (2013:276)	Likert

2.14 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakann sementara karena jawaban yang diberikakn baru didasarkan pada teori yang relavan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data **Sugiyono (2014 : 93)**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan (korelasi) antara variable independen (X) dan variable dependen (Y) **Dantes (2012 : 32)**. Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan pustaka yang telah diuraikan di atas, maka dapat di ajukan hipotesis sebagai berikut.

H1: Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan Hotel Grand Meranti SelatPanjang.

H2: Diduga bahwa fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan Hotel Grand Meranti SelatPanjang.

H3: Diduga bahwa lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepasan konsumen jasa penginapan Hotel Grand Meranti SelatPanjang.

H4: Diduga bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan Hotel Grand Meranti SelatPanjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang JL, Kartini No 55 Kecamatan Tebing Tinggi, Riau, Kabupaten Kepulauan Meranti. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2020 hingga bulan September 2020.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok data yaitu data primer dan data sekunder.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menurut **Sugiyono (2014:402)** adalah :

1. Data primer adalah data yang penulis diperoleh langsung dari tanggapan yang diberikan oleh responden mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi dan kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan Hotel Grand Meranti Selat Panjang.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh penulis dari buku-buku, laporan-laporan lain sebagainya yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3.1 Daftar Pertanyaan (kuesioner)

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tentang Hotel Grand Meranti Selat Panjang.

3.3.2 Wawancara (Interview)

Yaitu pengumpulan data dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.3.3 Observasi (Pengamatan)

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan sehari-hari manusia dengan menggunakan mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, kulit. Observasi penelitian ini mengamati secara langsung fenomena yang terjadi pada penelitian.

3.4 Populasi dan sample

3.4.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2014:115)** populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Hotel Grand Meranti Selat Panjang yang memakai jasa dan fasilitas dari Hotel tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang di ambil dari data jumlah pelanggan hotel yang melakukan pembelian pada tahun 2018. Dimana jumlah konsumen yang melakukan pembelian berjumlah 8.741 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono, 2011:81). Untuk menentukan sampel, maka penulis menerapkan teori slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Konsumen (Populasi)

e = Batas Toleransi Kesalahan (Error) sebesar 10%

$$n = \frac{10.865}{1 + 10.865(10\%)^2}$$

$$n = \frac{10.865}{1 + 10.865(0,1)^2}$$

$$n = \frac{10.865}{109,65}$$

n = 99,10 d bulatkan jadi 100 orang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari hasil perhitungan rumus slovin diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang konsumen. Dengan kriteria-kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berumur diatas 18 tahun dan menggunakan jasa penginapan di Hotel Grand Meranti Selat Panjang pada tahun 2020.

3.5 Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:85).

3.6 Teknik Skala Pengukuran

Penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari koisioner dengan cara memberikan bobot penilaian pada setiap jawaban pertanyaan berdasarkan skala *likert* menurut Sugiyono (2012:121) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1
Klasifikasi Alat Ukur

Klasifikasi	Keterangan	Skor	Interval
SS	Sangat setuju/ s. Memuaskan	5	80%-100%
S	Setuju/ memuaskan	4	60%-79,99%
N	Netral/cukup	3	40%-59,99%
ST	Tidak setuju/ T. Memuaskan	2	20%-39,99%
STS	Sangat tidak setuju/ S.T. memuaskan	1	<20%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun bobot penilaian terhadap jawaban kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Bobot Penilaian Jumlah Kuesioner

Jawaban	Score
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.7 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis tentang karakteristik dari suatu keadaan objek yang akan diteliti. Analisis ini mengemukakan data-data responden seperti jenis kelamin dan usia.

3.8 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang berupa kuisisioner kedalam bentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji kualitas Data

a. Uji validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu item dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dibandingkan 0,3 seperti yang dijelaskan oleh **Sugiyono (2014:47)** yang mengatakan bila korelasi setiap tiap factor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

positif dan besarnya 0,3 ke atas maka factor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien reliabilitas besar dari 0,6. (Ghozali, 2013:48).

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut **Ghozali, (2013:160)** Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut **Ghozali, (2013:139)** bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis uji heteroskedastisitas yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut **Ghozali, (2013:105)** bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 .

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menurut **Ghozali, (2013:110)** bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Salah satu cara yang dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan cara uji *Durbin-Watson*. Dengan kriteria pengambilan jika D-W sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai D-W diantara 1.5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi.

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda. Menurut **Sugiyono, (2010:237)** teknik regresi linier berganda didasari pada pengaruh fungsional ataupun kausal dua independen dengan satu variabel dependen.

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

Dimana :

Y = Keputusan Konsumen

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Fasilitas

X₃ = Lokasi

e = error

3.9.4 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dengan variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepuasan konsumen secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara individual dalam menerangkan variasi-variasi variabel kepuasan konsumen (Ghazali, 2011;68).

Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < a$ maka:

H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > a$ maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas yaitu (X1) kualitas pelayanan, (X2) fasilitas, (X3) lokasi dan variabel terikat yaitu (Y) kepuasan konsumen, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh (X1) kualitas pelayanan, (X2) fasilitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan (X3) lokasi terhadap (Y) kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya (Suliyanto, 2011: 55).

Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$, maka:

H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$, maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

3.9.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Suliyanto (2011:13) Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu

menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini :

0	= Tidak berkorelasi
0,1 – 0,20	= Sangat rendah
0,21 – 0,40	= Rendah
0,41 – 0,60	= Agak rendah
0.61 – 0,80	= Cukup
0,81 – 0,99	= Tinggi
1	= Sangat tinggi



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Grand Meranti didirikan pada tanggal 06 Juni 2011 yang merupakan tanggal *soft opening*, dan pada tanggal 11 November 2011 merupakan *grand opening* yang pada waktu itu masih dikenal dengan nama Hotel Grand Meranti. Dan berkedudukan di jalan Kartini No 55 Selat Panjang Kab. Kep. Meranti.

Kabupaten Kepulauan Meranti terbentuk berdasarkan undang-undang nomor 12 tahun 2009 tentang pembentukan kabupaten Kepulauan Meranti di provinsi Riau. Bahwa untuk menjamin adanya kepastian hak dan kewajiban pekerja dan pengusaha dalam pelaksanaan hubungan kerja, selain yang telah ditentukan perundang-undangan maka perusahaan perlu membuat peraturan perusahaan.

1. UU No 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah.
2. Peraturan pemerintah No 38 tahun 2007 tentang pembagian urusan pemerintah antara pemerintah.
3. UU No 12 tahun 2009 tentang pembentukan kab. Kep. Meranti
4. Bahwa naskah peraturan perusahaan PT. Grand Meranti Hotel memenuhi syarat sebagaimana dimaksud dalam peraturan menteri tenaga kerja dan transmigrasi Ri No per 16/MEN/XI/2011 tanggal 17 November 2011 Dengan perkembangan ekonomi di kabupaten Kepulauan Meranti yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semakin pesat terutama dalam bidang pariwisata perhotelan maka didirikannya tambahan fasilitas yaitu *new spa* dan *grand paragon ktv* tepatnya pada tanggal 12 november 2017 hal ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang dari dalam daerah maupun luar daerah kabupaten Kepulauan Meranti.

Hotel Grand Meranti dijalankan oleh management yang professional dan berdidikasi tinggi serta karyawan yang ramah, jujur dan siap melayani tamu dengan standard hotel berbintang. Dan *management* dan karyawan manjalin kerjasama yang solid sehingga tercipta *team work* yang tangguh.

4.2 Visi dan Misi Hotel Grand Meranti

a. Visi Hotel Grand Meranti

Menjadi hotel lokal yang *go internasional*, dengan mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik.

b. Misi Hotel Grand Meranti

Menyediakan kamar yang bersih, nyaman, menyenangkan, serta makanan minuman yang enak.

c. Motto Hotel Grand Meranti

Melayani dengan Sepenuh Hati

d. Lokasi Perusahaan

Hotel Grand Meranti berlokasi di Jl. Kartini No 55 Selat Panjang Kab. Kepulauan Meranti- 28753 Riau – Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah organisasi khususnya organisasi bisnis seperti organisasi perusahaan. Hal ini karena struktur organisasi memiliki fungsi dan peran yang sangat penting dalam mengatur tata kerja dan pembagian tugas serta tanggung jawab masing-masing personil dalam perusahaan.

Berdasarkan struktur organisasi dapat diuraikan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing :

1. *Owner*

Merupakan pemilik atau komisaris dari Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru. Bertanggung jawab seperti mengadakan rapat pemegang saham sekali dalam setahun, mengawasi pekerjaan *General Manager* 55 dalam pengelolaan hotel, menentukan kebijaksanaan dan perencanaan perusahaan.

2. *Director Operational*

Adalah kepala bagian pengawas operasional perusahaan. Tugas dan tanggung jawab adalah :

- a. Mengatur sistem kerja, menyiapkan standar operasional perusahaan (SOP)
- b. Menentukan lulus atau tidaknya karyawan masuk perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *General Manager*

Merupakan pimpinan atau manager umum dari Hotel Grand Meranti Selat Panjang untuk melaksanakan tugas operasional. Tugas dan tanggung jawab adalah :

- a. mengontrol keuangan, rumah tangga, kualitas pelayanan dan makanan, dekorasi dan interior
- b. pembentukan norma-norma yang harus diikuti oleh staf sambil memberikan layanan mereka kepada para tamu.

4. *Chief Accounting*

Adalah kepala bagian departemen keuangan. Tugas dan tanggung jawab adalah :

- a. Membuat laporan pendapatan perbulan, membuat laporan pengeluaran, membuat daftar gaji, dan melakukan *audit* inventaris.
- b. Memimpin dan mengawasi *Accounting Dept.*

5. *HRD Manager*

Adalah pemimpin yang bertugas mengelola sumber daya manusia untuk keberhasilan hotel. Tugas dan tanggung jawab adalah :

- a. Melaksanakan penerimaan pegawai baru
- b. Menyelenggarakan semua administrasi kepegawaian
- c. Mengatur kegiatan karyawan serta mengadakan pelatihan terhadap karyawan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. *Director Of Sales*

Adalah kepala bagian pemasaran hotel. Tugas dan tanggung jawab adalah :

- a. Melakukan pemasaran penjualan
- b. Membuat laporan kegiatan yang akan berlangsung
- c. Membuat *force cast*.

7. *Chief Engineering*

Merupakan kepala *engineering*, *engineering* adalah departemen yang berhubungan dengan mesin, listrik, elektronik *maintenance*. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Membuat program kerja, membuat laporan kerja, membuat laporan biaya kerja, membuat laporan pengeluaran di departemen *engineering*
- b. Mengontrol segala aktivitas anggota *engineering*

8. *Executive Housekeeper*

Merupakan seseorang yang bertanggung jawab secara keseluruhan dalam operasi dilingkungan *housekeeping*. Tugas dan tanggung jawab adalah:

- a. Menyiapkan kamar bagi para tamu yang akan menginap di dalam hotel
- b. Membersihkan kamar selama tamu menginap di hotel
- c. Bertugas menata dan merawat tanaman taman hotel

9. *F & Banguet Manager*

Adalah F & B salah satu departemen yang mempunyai fungsi atau tugas menyiapkan dan melayani makanan dan minuman. Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

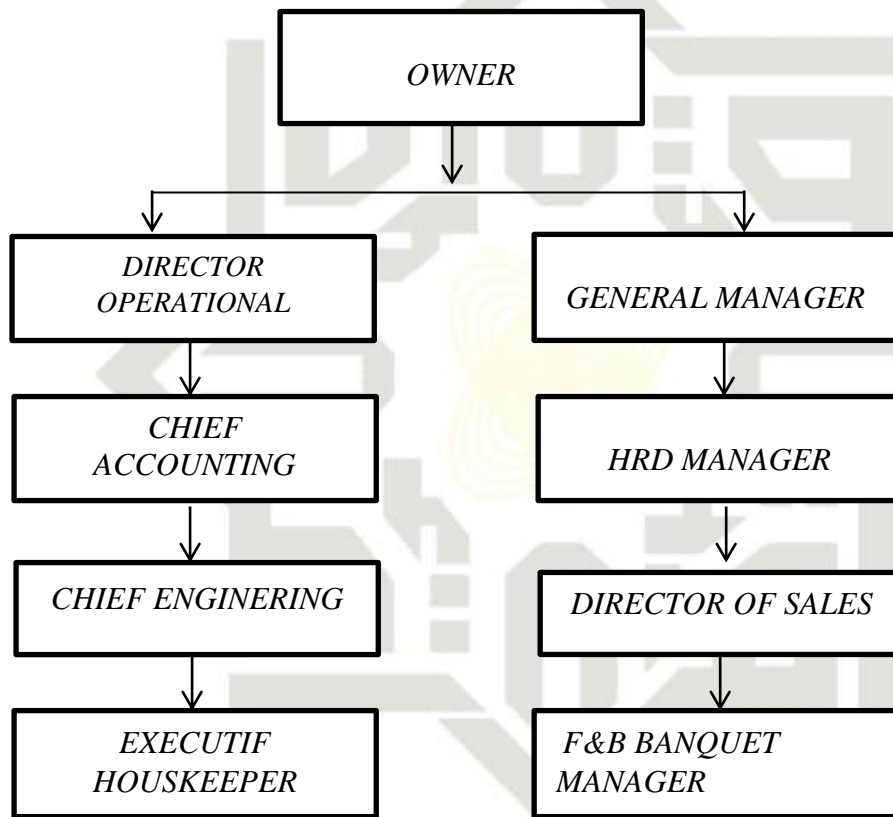


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. membuat, menyiapkan, dan menyajikan makan dan minuman yang ada didalam hotel kepada tamu.
- b. Bertugas menjaga kebersihan peralatan yang ada di *kitchen*

GAMBAR 4.1
STRUKTUR ORGANISASI HOTEL GRAND MERANTI SELATPANJANG



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang. Hal ini didukung dengan memberikan pelayanan yang baik, bersifat proaktif dan selalu memahami kebutuhan konsumen maka akan menimbulkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan.

2. Fasilitas (X2)

Secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang. Hal ini berarti fasilitas yang diberikan baik maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang. Hal ini didukung dengan memberikan fasilitas yang nyaman, baik di luar maupun didalam kamar hotel, fasilitas yang diberikan harus memenuhi kebutuhan dari konsumen sehingga kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Lokasi (X3)

Secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang. Hal ini berarti lokasi hotel yang baik dan strategis dapat meningkatkan kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang. Hal ini didukung dengan lokasi hotel yang strategis dan mudah ditemukan, sehingga konsumen akan merasa puas dengan lokasi hotel yang baik dan bagus membuat timbullah kepuasan konsumen ketika menggunakan jasa hotel.

4. Uji Secara Simultan

Secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan pada hotel Grand Meranti Selat Panjang.

5. Uji R dan Adj R²

Nilai korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,814. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,653. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 65,3% terhadap kepuasan konsumen, Sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, beberapa variabel tersebut seperti harga, promosi, citra perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka beberapa saran pelengkap terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Pihak hotel sebaiknya memonitoring langsung dan memberikan arahan kepada karyawan hotel agar dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memberikan kepuasan kepada konsumen, dan meningkatkan kepuasan konsumen itu sendiri.
2. Pihak hotel sebaiknya terus memperhatikan fasilitas-fasilitas apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen atau memperhatikan saran-saran yang diberikan oleh konsumen, agar fasilitas yang diinginkan konsumen selalu dapat terwujud dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Pihak hotel sebaiknya terus memperhatikan seperti memberikan lingkungan yang aman dan nyaman, kemudahan memperoleh lapangan parkir atau bahkan jalann akses yang mudah, sehingga konsumen akan merasa nyaman dan puas ketika menggunakan jasa yang diberikan.

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an surat AL-IMRAN Ayat 159
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri (2013), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Agus, Sulistiyono. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta
- Bochor, Herry Achmad dan Dajslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung
- Buchari Alma (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Cetakan ke 9. Alfabeth, Bandung. Danang Sunyonto
- Chistina Whidya Utami, 2010, *Manajemen Ritel: Strategis dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi. Erly Suandy 2011 Edisi 5
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Jogyakarta: Andi
- Fandy Tjiptono. 2014 *Pemasaran Jasa* (Prinsip, Penerapan, Penelitian), Andi Offset, Yogyakarta
- Farida Jasfar. 2011. *Manajemen Jasa*. Ghalia Indonesia, Bogor
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler, P dan Armstrong, aga (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen* Edisi 12
- Kotler, dan Keller, (2012) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2011), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. **"Manajemen Pemasaran"**. Terjemahan. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong (2016) **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lamb dalam Bob Sabran, 2012 **Manajemeaan Pemasaran**, Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat (2014), **Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi**. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat. Majid, Suharto Abdul
- Nirwana, (2012) **Pemasaran Jasa**, Penerbit Alta, Jakarta
- Peter, J. Paul. Olson, Jerry C. (2010). **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran**. Edisi Sembilan. Cetakan pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). **Memahani Penelitian Kualitatif**. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2014). **Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian**. Yogyakarta: C.V ANDI
- Zeliana Zelin. 2018. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko (Store Atmosphere), Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Belanja Di Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar**. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN 1: KUISIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya Rezki utami Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Hotel Grand Meranti Selat Panjang**”. Dalam rangka pengumpulan data untuk penelitian dan syarat menyelesaikan studi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, saya mohon partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu dalam menjawab kuesioner ini. Saya ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

REZKI UTAMI
Nim. 11671202224

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

B. Petunjuk pengisian

1. Isilah terlebih dahulu Identitas anda
2. Bacalah dengan baik pertanyaan dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling benar dengan memberi tanda (\surd) pada pilihan anda.
3. Pilihlah jawaban dengan kriteria dibawah ini :
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
4. Mohon kuisisioner ini di isi dengan lengkap kerahasiaan dari jawaban anda dijamin sepenuhnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Pernyataan

Kualitas Pelayanan (x1)

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan Hotel Grand Meranti tanggap dalam menangani keluhan konsumen.					
2	Karyawan Hotel Grand Meranti informatif dalam memberikan penjelasan kepada konsumen.					
3	karyawan Hotel Grand Meranti selalu cepat dalam memberikan pelayanan.					
4	Karyawan Hotel Grand Meranti dapat berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen.					
5	Karyawan Hotel Grand Meranti bersikap proaktif dalam melayani konsumen.					

Fasilitas (x2)

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Saya merasa fasilitas di ruangan meeting yang ada di Hotel Grand Meranti lengkap dan baik.					
	Saya merasa ruangan kamar pada Hotel Grand Meranti indah dan nyaman.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saya merasa ruangan restoran pada Hotel Grand Meranti bersih.					
Saya merasa lokasi parkir yang ada di Hotel Grand Meranti luas.					
Saya merasa ruangan lobi yang ada di Hotel Grand Meranti nyaman.					

Lokasi (x3)

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi Hotel Grand Meranti sangat strategis.					
2	Lalu lintas dari dan menuju Hotel Grand Meranti lancar.					
3	Hotel Grand Meranti memiliki tempat parkir yang luas.					
	Hotel Grand Meranti berada di lingkungan yang aman dan nyaman.					
	Hotel Grand Meranti dekat dengan fasilitas-fasilitas umum yang ada di kota.					

Kepuasan konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan kamar serta fasilitas yang ada di Hotel Grand Meranti.					
2	Saya akan berkunjung kembali untuk menginap di Hotel Grand Meranti					
3	Hotel Grand Meranti memberikan kualitas layanan yang baik.					
4	Konsumen pada Hotel Grand Meranti merasa sangat puas dengan apa yang diberikan oleh pihak Hotel.					
5	Saya akan menagajak dan merekomendasikan teman/kolega untuk menginap di Hotel Grand Meranti.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

NAMA : Saleh

USIA : 33 Tahun

A. Kualitas pelayanan (x1)

1. Bagaimana menurut anda perhatian dan kesediaan karyawan dalam melayani di grand meranti?

Jawaban : baik, karyawan hotel memberikan perhatian kepada konsumennya dengan baik.

2. Bagaimana menurut anda konsistensi karyawan dalam melayani di grand meranti?

Jawaban : karyawan melayani konsumen dengan cukup konsisten

3. Bagaimana karyawan hotel grand meranti menanggapi dan menangani keluhan anda ?

Jawaban : karyawan mampu menanggapi keluhan dari kosumennya

B. Fasilitas (x2)

1. Bagaimana menurut anda tampilan fisik (parkiran, interior, dll) di grand meranti?

Jawaban : cukup baik

2. Bagaimana perasaan anda dengan fasilitas hotel grand meranti yang diberikan?

Jawaban : saya merasa puas dengan fasilitas yang dibeikan pihak hotel kepada saya

3. Apakah fasilitas hotel grand meranti dapat memenuhi kebutuhakn anda ?

Jawaban : saya merasa kebutuhan saya sudah terpenuhi dengan fasilitas yang diberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Lokasi (x3)

1. Bagaimana dengan lokasi hotel grand meranti?

Jawaban : lokasi hotel sudah cukup baik

2. Apakah anda merasa kesulitan dalam mencari hotel grand meranti?

Jawaban : saya tidak merasa kesulitan menemukan lokasi hotel

3. Apakah anda merasa nyaman dengan lingkungan hotel grand meranti?

Jawaban : saya merasa nyaman dengan lingkungan di sekitar hotel, dekat dengan tempat pembelian

D. Kepuasan konsumen (y)

1. Apakah anda merasa puas menggunakan jasa hotel grand meranti?

Jawaban : saya merasa puas menggunakan jasa hotel Grand Meranti

2. Apakah anda ingin kembali menggunakan jasa hotel grand meranti?

Jawaban : saya merasa ingin menggunakannya lagi pada saat yang akan datang



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

NAMA : Nita
USIA : 35 Tahun

A. Kualitas pelayanan (x1)

1. Bagaimana menurut anda perhatian dan kesediaan karyawan dalam melayani di grand meranti?

Jawaban : cukup baik, karyawan hotel selalu ada dalam melayani konsumennya

2. Bagaimana menurut anda konsistensi karyawan dalam melayani di grand meranti?

Jawaban : karyawan melayani dengan baik dan konsisten

3. Bagaimana karyawan hotel grand meranti menanggapi dan menangani keluhan anda ?

Jawaban : karyawan selalu mendengarkan dan membantu keluhan konsumennya

B. Fasilitas (x2)

1. Bagaimana menurut anda tampilan fisik (parkiran, interior, dll) di grand meranti?

Jawaban : baik

2. Bagaimana perasaan anda dengan fasilitas hotel grand meranti yang diberikan?

Jawaban : saya merasa fasilitas hotel sudah cukup baik

3. Apakah fasilitas hotel grand meranti dapat memenuhi kebutuhan anda ?

Jawaban : kebutuhan saya sudah cukup terpenuhi dengan fasilitas yang diberikan

C. Lokasi (x3)

1. Bagaimana dengan lokasi hotel grand meranti?

Jawaban : lokasi hotel cukup strategis dekat dengan pelabuhan

2. Apakah anda merasa kesulitan dalam mencari hotel grand meranti?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawaban : saya tidak kesulitan mencari hotel ini

3. Apakah anda merasa nyaman dengan lingkungan hotel grand meranti?

Jawaban : lingkungan hotel nyaman dan tenang

D. Kepuasan konsumen (y)

1. Apakah anda merasa puas menggunakan jasa hotel grand meranti?

Jawaban : saya sudah puas dengan pelayanan yang diberikan

2. Apakah anda ingin kembali menggunakan jasa hotel grand meranti?

Jawaban : mungkin pada waktu yang lainnya saya akan menggunakan jasa hotel Grand Meranti lagi



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

NAMA : Daniel

USIA : 28 Tahun

A. Kualitas pelayanan (x1)

1. Bagaimana menurut anda perhatian dan kesediaan karyawan dalam melayani di grand meranti?

Jawaban : baik, karyawan sellau ada melayani

2. Bagaimana menurut anda konsistensi karyawan dalam melayani di grand meranti?

Jawaban : karyawan melayani dengan baik pada setiap konsumen

3. Bagaimana karyawan hotel grand meranti menanggapi dan menangani keluhan anda ?

Jawaban : karyawan mampu menanggapi keluhan dengan sabar

B. Fasilitas (x2)

1. Bagaimana menurut anda tampilan fisik (parkiran, interior, dll) di grand meranti?

Jawaban : cukup baik

2. Bagaimana perasaan anda dengan fasilitas hotel grand meranti yang diberikan?

Jawaban : saya sudah cukup puas dengan fasilitas hotel

3. Apakah fasilitas hotel grand meranti dapat memenuhi kebutuhakn anda ?

Jawaban : kebutuhan saya sudah cukup terpenuhi

C. Lokasi (x3)

1. Bagaimana dengan lokasi hotel grand meranti?

Jawaban : lokasi hotel sudah cukup strategis

2. Apakah anda merasa kesulitan dalam mencari hotel grand meranti?

Jawaban : tidak merasa kesulitan saat mencari lokasi

3. Apakah anda merasa nyaman dengan lingkungan hotel grand meranti?

Jawaban : saya merasa nyaman dengan lingkungan hotel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Kepuasan konsumen (y)

1. Apakah anda merasa puas menggunakan jasa hotel grand meranti?
Jawaban : saya sudah cukup puas dengan apa yang diberikan pihak hotel kepada saya
2. Apakah anda ingin kembali menggunakan jasa hotel grand meranti?
Jawaban : lain kesempatan saya akan menggunakan jasa ini kembali



UIN SUSKA RIAU

LAMPIRAN 2: TABULASI DATA

TABULASI

Hak Cipta Dilin
1. Diarang me

2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau jurnal atau untuk masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN (X1)						FASILITAS (X2)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
RESPONDEN 1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
RESPONDEN 2	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
RESPONDEN 3	2	4	4	4	4	18	4	2	4	4	2	16
RESPONDEN 4	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 5	4	4	5	4	4	21	2	4	4	3	4	17
RESPONDEN 6	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 7	4	4	2	4	3	17	4	4	3	2	3	16
RESPONDEN 8	4	4	3	4	4	19	3	2	4	4	4	17
RESPONDEN 9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 10	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
RESPONDEN 11	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19
RESPONDEN 12	4	4	3	4	2	17	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 13	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 14	4	2	4	4	4	18	2	4	4	3	3	16
RESPONDEN 15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 17	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
RESPONDEN 18	4	3	4	2	4	17	4	2	4	4	4	18
RESPONDEN 19	4	4	3	4	4	19	2	4	2	4	4	16
RESPONDEN 20	4	4	4	4	3	19	4	2	4	4	2	16
RESPONDEN 21	4	4	4	4	2	18	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 22	4	4	2	4	3	17	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 23	4	4	3	4	4	19	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 24	4	2	4	3	4	17	2	4	4	4	2	16
RESPONDEN 25	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 26	4	4	4	4	4	20	5	4	3	4	4	20
RESPONDEN 27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
RESPONDEN 28	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 30	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
RESPONDEN 31	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 32	4	4	5	4	5	22	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 33	5	4	4	4	4	21	4	5	3	4	4	20
RESPONDEN 34	4	4	3	4	4	19	5	4	3	3	3	18

Hak
1. D

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN 35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
RESPONDEN 36	4	4	4	5	4	21	5	4	4	3	5	21
RESPONDEN 37	4	3	4	4	5	20	3	5	5	3	3	19
RESPONDEN 38	4	3	4	4	3	18	5	5	5	4	4	23
RESPONDEN 39	4	5	4	5	4	22	3	5	5	4	3	20
RESPONDEN 40	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 41	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
RESPONDEN 42	2	3	2	3	2	12	2	3	2	3	2	12
RESPONDEN 43	4	4	3	3	5	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 44	3	3	3	3	3	15	4	5	4	3	3	19
RESPONDEN 45	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 47	5	4	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 48	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 49	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
RESPONDEN 50	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 51	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 52	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 53	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18
RESPONDEN 54	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 55	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	4	19
RESPONDEN 56	4	3	3	3	3	16	5	4	3	4	4	20
RESPONDEN 57	5	5	5	5	5	25	4	3	4	3	5	19
RESPONDEN 58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 59	4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	4	19
RESPONDEN 60	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 61	3	4	4	4	5	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 62	3	2	3	2	3	13	2	3	2	3	2	12
RESPONDEN 63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
RESPONDEN 64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
RESPONDEN 65	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23
RESPONDEN 66	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 67	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
RESPONDEN 68	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
RESPONDEN 69	2	3	4	5	2	16	5	4	3	2	5	19
RESPONDEN 70	5	5	5	5	5	25	4	5	3	5	3	20
RESPONDEN 71	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 72	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
RESPONDEN 73	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak
1. D

a. Tanggung jawabnya untuk kepentingan pemerintahan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Penguji tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

RESPONDEN 74	4	4	5	4	4	21	2	4	4	3	4	17
RESPONDEN 75	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 76	4	4	2	4	3	17	4	4	3	2	3	16
RESPONDEN 77	4	4	3	4	4	19	3	2	4	4	4	17
RESPONDEN 78	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 79	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
RESPONDEN 80	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19
RESPONDEN 81	4	4	3	4	2	17	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 82	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 83	4	2	4	4	4	18	2	4	4	3	3	16
RESPONDEN 84	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 85	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
RESPONDEN 86	2	3	2	3	2	12	2	3	2	3	2	12
RESPONDEN 87	4	4	3	3	5	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 88	3	3	3	3	3	15	4	5	4	3	3	19
RESPONDEN 89	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 91	5	4	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 92	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 93	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
RESPONDEN 94	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 95	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 96	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 97	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18
RESPONDEN 98	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 99	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	4	19
RESPONDEN 100	4	3	3	3	3	16	5	4	3	4	4	20

RESPONDEN	LOKASI (X3)						KEPUASAN KONSUMEN (Y)					
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
RESPONDEN 1	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18
RESPONDEN 2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 3	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18
RESPONDEN 4	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18
RESPONDEN 5	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 6	4	2	4	4	3	17	4	2	4	4	4	18
RESPONDEN 7	4	4	4	3	3	18	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 8	2	4	3	3	3	15	4	4	4	2	4	18
RESPONDEN 9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18

- Hak
1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diararang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN 10	4	2	4	5	4	19	4	4	4	5	4	21
RESPONDEN 11	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 12	4	4	4	3	4	19	4	4	3	2	4	17
RESPONDEN 13	4	4	4	4	3	19	4	2	4	4	3	17
RESPONDEN 14	3	3	4	4	2	16	5	4	4	4	4	21
RESPONDEN 15	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	4	18
RESPONDEN 16	3	3	3	4	4	17	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 18	3	4	4	4	2	17	4	4	4	3	2	17
RESPONDEN 19	4	4	2	3	3	16	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 22	4	2	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19
RESPONDEN 23	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	4	19
RESPONDEN 24	3	4	2	4	3	16	2	4	4	4	4	18
RESPONDEN 25	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	2	17
RESPONDEN 26	3	4	4	4	4	19	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 28	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23
RESPONDEN 29	4	4	3	4	3	18	4	4	4	5	4	21
RESPONDEN 30	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 31	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 32	4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	4	19
RESPONDEN 33	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	5	20
RESPONDEN 34	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	3	18
RESPONDEN 35	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19
RESPONDEN 36	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	4	21
RESPONDEN 37	3	4	4	3	5	19	5	4	4	4	4	21
RESPONDEN 38	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	5	20
RESPONDEN 39	4	3	3	3	4	17	5	4	5	4	3	21
RESPONDEN 40	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 41	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
RESPONDEN 42	3	3	2	3	2	13	3	2	3	2	3	13
RESPONDEN 43	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 44	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 47	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 48	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22

- Hak
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN 49	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
RESPONDEN 50	4	4	3	3	3	17	5	4	5	4	4	22
RESPONDEN 51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	5	20
RESPONDEN 52	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 53	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	5	21
RESPONDEN 54	3	3	3	3	3	15	4	5	4	4	4	21
RESPONDEN 55	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 56	4	4	4	5	3	20	4	4	3	4	4	19
RESPONDEN 57	3	4	3	3	3	16	4	3	4	3	4	18
RESPONDEN 58	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 59	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
RESPONDEN 60	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
RESPONDEN 61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 62	3	2	3	2	3	13	2	3	2	3	2	12
RESPONDEN 63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
RESPONDEN 64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
RESPONDEN 65	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23
RESPONDEN 66	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 67	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
RESPONDEN 68	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
RESPONDEN 69	4	5	3	2	4	18	5	4	3	4	3	19
RESPONDEN 70	3	3	3	3	3	15	5	3	4	2	5	19
RESPONDEN 71	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 72	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 73	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18
RESPONDEN 74	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 75	4	2	4	4	3	17	4	2	4	4	4	18
RESPONDEN 76	4	4	4	3	3	18	4	4	2	4	4	18
RESPONDEN 77	2	4	3	3	3	15	4	4	4	2	4	18
RESPONDEN 78	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18
RESPONDEN 79	4	2	4	5	4	19	4	4	4	5	4	21
RESPONDEN 80	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	3	19
RESPONDEN 81	4	4	4	3	4	19	4	4	3	2	4	17
RESPONDEN 82	4	4	4	4	3	19	4	2	4	4	3	17
RESPONDEN 83	3	3	4	4	2	16	5	4	4	4	4	21
RESPONDEN 84	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	4	18
RESPONDEN 85	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
RESPONDEN 86	3	3	2	3	2	13	3	2	3	2	3	13
RESPONDEN 87	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20

RESPONDEN 88	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 91	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 92	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22
RESPONDEN 93	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
RESPONDEN 94	4	4	3	3	3	17	5	4	5	4	4	22
RESPONDEN 95	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	5	20
RESPONDEN 96	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
RESPONDEN 97	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	5	21
RESPONDEN 98	3	3	3	3	3	15	4	5	4	4	4	21
RESPONDEN 99	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
RESPONDEN 100	4	4	4	5	3	20	4	4	3	4	4	19

Hak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 3: UJI VALIDITAS REABILITAS

UJI VALIDITAS

VARIABEL X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	14,95	5,806	,663	,797
X1.2	15,00	6,020	,640	,804
X1.3	14,97	5,605	,686	,790
X1.4	14,99	6,030	,588	,817
X1.5	15,01	5,465	,624	,810

VARIABEL X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	14,74	4,760	,608	,732
X2.2	14,67	5,334	,500	,767
X2.3	14,80	5,172	,539	,755
X2.4	14,85	5,462	,524	,760
X2.5	14,82	4,836	,653	,717

VARIABEL X3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	14,55	4,715	,635	,755
X3.2	14,45	4,876	,507	,793
X3.3	14,56	4,592	,642	,752
X3.4	14,44	4,774	,515	,792
X3.5	14,60	4,525	,663	,745

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

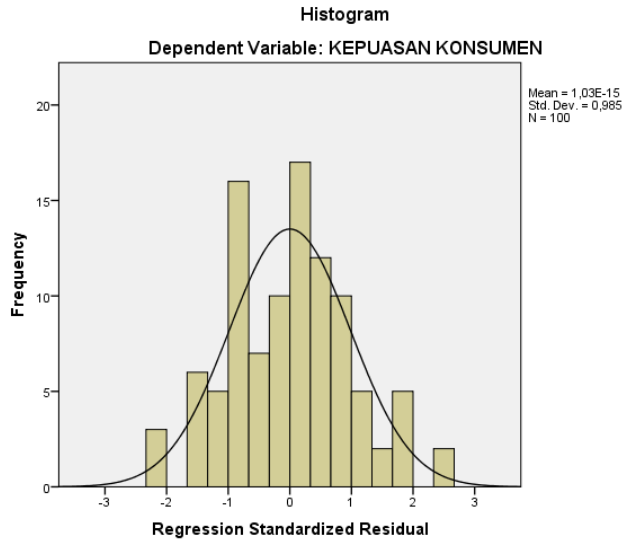
LAMPIRAN 4: UJI ASUMSI KLASIK

UJI ASUMSI KLASIK

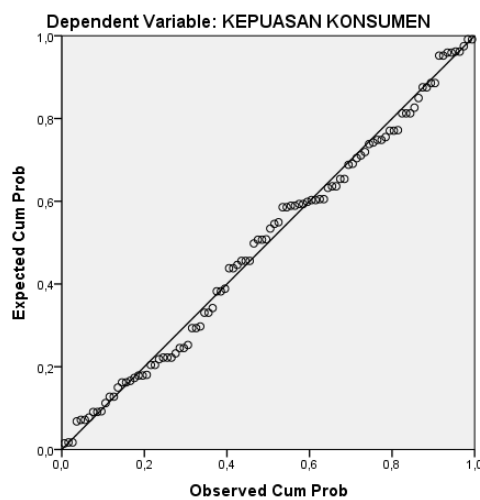
UJI NORMALITAS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57332242
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,057
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,268	1,221		1,857	,066		
KUALITAS PELAYANAN	,301	,074	,328	4,048	,000	,536	1,866
FASILITAS	,359	,092	,364	3,913	,000	,405	2,471
LOKASI	,236	,093	,230	2,534	,013	,427	2,345

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

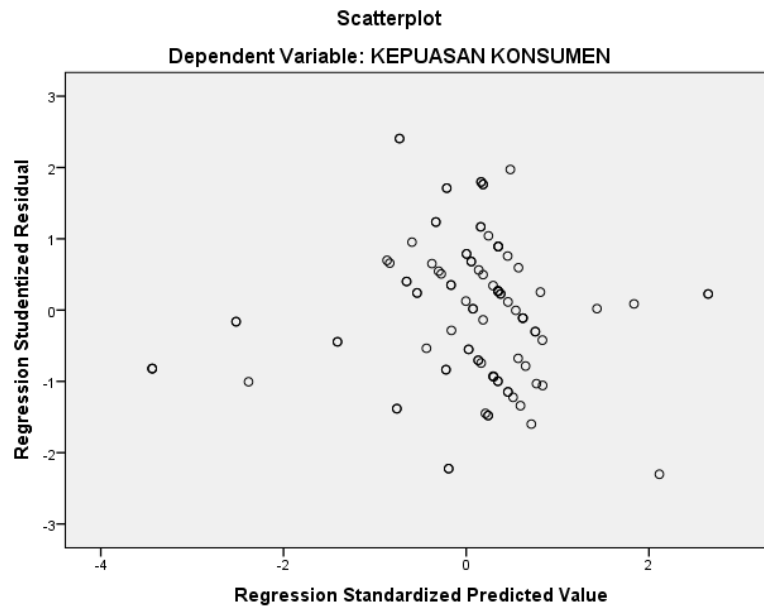
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,814 ^a	,663	,653	1,598	2,188

- a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS
- b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,268	1,221		1,857	,066
KUALITAS PELAYANAN	,301	,074	,328	4,048	,000
FASILITAS	,359	,092	,364	3,913	,000
LOKASI	,236	,093	,230	2,534	,013

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI HIPOTESIS

UJI PARSIAL

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,268	1,221		1,857	,066
KUALITAS PELAYANAN	,301	,074	,328	4,048	,000
FASILITAS	,359	,092	,364	3,913	,000
LOKASI	,236	,093	,230	2,534	,013

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

UJI SIMULTAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	482,331	3	160,777	62,983	,000 ^b
	Residual	245,059	96	2,553		
	Total	727,390	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 ^a	,663	,653	1,598

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama Rezki Utami, dilahirkan di Insit Selatpanjang, Kabupaten Kepulauan Meranti, 27 Januari 1996. Ayahanda bernama Marhalim dan ibunda bernama Thoyibah. Penulis anak pertama dari dua bersaudara, jenjang pendidikan dimulai dari pada tahun SDN 007 Insit 2002-2008, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP 02 Selatpanjang pada tahun 2008-2011 dan melanjutkan pendidikan di SMAN 01 Selatpanjang pada tahun 2011-2014. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan prodi S1 Manajemen.

Dengan berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Hotel Pada Grand Meranti Selatpanjang” dibawah bimbingan Bapak Riki Handri Malau SE, MM.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.