

ISSN : 1412-5331

MAJALAH ILMIAH
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

S O L U S I

Vol. 9 No. 4 / Oktober 2010

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pada Keputusan Pemilihan Karir
Akuntan Publik dan Non Akuntan Publik pada Mahasiswa Akuntansi
(Studi Empiris pada Mahasiswa S-1 PTN dan PTS di Semarang)
Kamalludin Husen, Ardiani Ika S.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
Hotel Ciputra Semarang
Ahmad Kambali, Sri Purwantini

Studi Eksperimen : Pengaruh *Procedural Justice* dan *Distributive Justice*
terhadap Tingkat Eskalasi Komitmen dalam Penganggaran Modal
dengan *Self Esteem* sebagai Variabel Intervening
Andi Irvan

Analisis Pengaruh *Return on Asset*, *Debt to Equity Ratio*, *Winner/losser Stocks*,
dan Kelompok Usaha Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan *Go Public*
Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta
Armando Surya Keke Bintang, Ardiani Ika S

Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja
terhadap Kinerja Karyawan Hotel Pandanaran Semarang
Denovita Ratna Utami, Tri Endang Yani

Investigasi Terhadap Lamanya Penyelesaian Audit: Bukti Empiris dari
Perusahaan-perusahaan Publik di BEI
Rifki Dahlan, Dyah Nirmala A. Janie

Women Empowerment Through Micro Business Development
Under Mudharabah and Grant Schemes
Istiqomah

Analisis Kepuasan Kerja Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi
Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto
Sri Lestari, Untung Kumorohadi dan Sudjarwanto

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi dan
Dampaknya terhadap Keberhasilan Usaha Kecil di Kabupaten Banyumas
Umi Pratiwi, Bambang Setyubudi Irianto

Penilaian Kesehatan PD. BPR BKK dan PD. BKK pada Sub Bagian BUMD
Biro Perekonomian Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Tengah
Abdul Karim

S O L U S I

Vol. 9 No. 4 / Oktober 2010

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pada Keputusan Pemilihan Karir Akuntan Publik dan Non Akuntan Publik pada Mahasiswa Akuntansi (Studi Empiris pada Mahasiswa S-1 PTN dan PTS di Semarang)
Kamalludin Husen, Ardiani Ika S.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Ciputra Semarang
Ahmad Kambali, Sri Purwantini

Studi Eksperimen : Pengaruh *Procedural Justice* dan *Distributive Justice* terhadap Tingkat Eskalasi Komitmen dalam Penganggaran Modal dengan *Self Esteem* sebagai Variabel Intervening
Andi Irvan

Analisis Pengaruh *Return on Asset*, *Debt to Equity Ratio*, *Winner/losser Stocks*, dan Kelompok Usaha Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan *Go Public* Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta
Armando Surya Keke Bintang, Ardiani Ika S

Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Hotel Pandanaran Semarang
Dennovita Ratna Utami, Tri Endang Yani

Investigasi Terhadap Lamanya Penyelesaian Audit: Bukti Empiris dari Perusahaan-perusahaan Publik di BEI
Rifki Dahlan, Dyah Nirmala A. Janie

Women Empowerment Through Micro Business Development Under Mudharabah and Grant Schemes
Istiqomah

Analisis Kepuasan Kerja Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto
Sri Lestari, Untung Kumorohadi dan Sudjarwanto

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi dan Dampaknya terhadap Keberhasilan Usaha Kecil di Kabupaten Banyumas
Umi Pratiwi, Bambang Setyubudi Irianto

Penilaian Kesehatan PD. BPR BKK dan PD. BKK pada Sub Bagian BUMD Biro Perekonomian Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Tengah
Abdul Karim

S O L U S I

**Mengkaji masalah-masalah sosial, ekonomi dan bisnis
Terbitan 3 bulan sekali
(Januari, April, Juli, Oktober)**

**Penerbit :
Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**Pelindung :
Rektor Universitas Semarang**

**Penanggungjawab :
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**Dewan Redaksi :
Prof. Dr. Pahlawansjah Harahap, SE., ME. (USM)
Prof. Dr. Imam Ghozali, M Com., Hons., Akt. (UNDIP)
Prof. Supramono, SE., MBA., DBA (UKSW)
Prof. Dr. Dra. Sulastri, ME., M Kom. (UNISRI)
Dr. Ir. Kesi Widjajanti, SE., MM. (USM)**

**Redaktur Pelaksana :
Andy Kridasusila, SE., MM.
Ardiani Ika S., SE., MM., Akt.
Adijati Utaminingsih, SE., MM.**

**Sekretaris Pelaksana :
Abdul Karim, SE., MSi., Akt.**

**Tata Usaha :
Ali Arifin**

**Alamat Penerbit/Redaksi :
Jl. Soekarno Hatta (Tlogosari)
Telp. (024) 6702757, Fax. (024) 6702272
Semarang – 50196**

Terbit Pertama kali : Juli 2002

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan tersendiri bagi kami, tatkala kami dapat hadir rutin setiap 3 bulan sekali untuk saling bertukar pikiran mengenai hal-hal baru di bidang ilmu ekonomi baik manajemen, akuntansi maupun studi pembangunan.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan banyak terima kasih kepada pembaca, pengirim artikel yang antusias untuk melakukan tukar pikiran dan berkomunikasi melalui media ini. Sekiranya hal ini dapat dipertahankan, maka selain kehadiran kami akan selalu dapat terlaksana dengan tepat waktu dan artikel yang beragam, wawasan pembaca juga akan semakin luas.

Penerbitan majalah ilmiah SOLUSI kali ini menghadirkan 10 (sepuluh) artikel yang telah kami anggap layak untuk diterbitkan, dengan harapan artikel-artikel ini dapat menjadi tambahan referensi bagi para pembaca dan menjadi sumbangan kami terhadap dunia ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu ekonomi bagi pengembangan organisasi swasta maupun institusi pemerintah Negara Republik Indonesia.

Hormat kami,

Redaksi

DAFTAR ISI

	Hal.
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pada Keputusan Pemilihan Karir Akuntan Publik dan Non Akuntan Publik pada Mahasiswa Akuntansi (Studi Empiris pada Mahasiswa S-1 PTN dan PTS di Semarang) <i>Kamalludin Husen, Ardiani Ika S.</i>	1 - 11
2. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Ciputra Semarang..... <i>Ahmad Kambali, Sri Purwantini</i>	12 – 25
3. Studi Eksperimen : Pengaruh <i>Procedural Justice</i> dan <i>Distributive Justice</i> terhadap Tingkat Eskalasi Komitmen dalam Penganggaran Modal dengan <i>Self Esteem</i> sebagai Variabel Intervening..... <i>Andi Irvan</i>	26 – 33
4. Analisis Pengaruh <i>Return on Asset</i> , <i>Debt to Equity Ratio</i> , <i>Winner/losser Stocks</i> , dan Kelompok Usaha Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan <i>Go Public</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta..... <i>Armando Surya Keke Bintang, Ardiani Ika S</i>	34 – 47
5. Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Hotel Pandanaran Semarang <i>Dennovita Ratna Utami, Tri Endang Yani</i>	48 – 66
6. Investigasi Terhadap Lamanya Penyelesaian Audit: Bukti Empiris dari Perusahaan-perusahaan Publik di BEI <i>Rifki Dahlan, Dyah Nirmala A. Janie</i>	67 – 78
7. <i>Women Empowerment Through Micro Business Development Under Mudharabah and Grant Schemes</i> <i>Istiqomah</i>	79 – 85
8. Analisis Kepuasan Kerja Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto..... <i>Sri Lestari, Untung Kumorohadi dan Sudjarwanto</i>	86 – 96
9. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi dan Dampaknya terhadap Keberhasilan Usaha Kecil di Kabupaten Banyumas..... <i>Umi Pratiwi, Bambang Setyubudi Irianto</i>	97 – 104
10. Penilaian Kesehatan PD. BPR BKK dan PD. BKK pada Sub Bagian BUMD Biro Perekonomian Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Tengah..... <i>Abdul Karim</i>	105 - 118

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN HOTEL CIPUTRA SEMARANG

Oleh :

Ahmad Kambali
Sri Purwantini

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

ABSTRAKSI

Munculnya tempat penginapan atau hotel di tengah-tengah masyarakat mengakibatkan meningkatnya persaingan yang harus diwaspadai oleh para pengusaha perhotelan, untuk itu pengusaha perhotelan hendaknya mampu bersaing untuk memenangkan pesaing tersebut. Cara untuk memenangkan persaingan tersebut adalah dengan memahami perilaku konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah : “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Ciputra Semarang”.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keyakinan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel Ciputra Semarang, Sedangkan sampelnya adalah 60 responden, dengan menggunakan tehnik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data adalah kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi berganda.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah : Ada pengaruh antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,561 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %. Ada pengaruh antara keandalan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,969 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %. Ada pengaruh antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,042 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %. Ada pengaruh antara keyakinan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,923 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %. Ada pengaruh antara empati dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,037 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 % .

Kata kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Keyakinan, Empati dan Kepuasan Pelanggan Hotel

Pendahuluan

Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan, berikut makan dan minum (Surat Keputusan Menteri Perhubungan R.I No. PM 10/PW-301/Phb.77, 12 Desember 1977). Hotel adalah suatu bangunan atau suatu lembaga yang menyediakan kamar untuk menginap, makan dan minum serta pelayanan lainnya untuk umum (*Webster*). Kota Semarang memiliki hotel bintang lima, yaitu hotel Ciputra Semarang, hotel Grand Candi, hotel Gumaya, hotel Novotel dan hotel Patra Jasa Semarang. Hotel Ciputra adalah salah satu hotel bintang lima yang berstandar internasional diantara kelima hotel tersebut. Manajemen hotel Ciputra mengalami permasalahan berupa penurunan jumlah tamu yang menginap.

Menyadari kebutuhan pelanggan merupakan suatu keharusan. Namun jika hanya sekedar ingin memenuhi kebutuhan pelanggan, hampir semua perusahaan mampu melakukannya. Tetapi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan rasa puas merupakan suatu tugas yang cukup menantang bagi suatu perusahaan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya konsumen akan membandingkan pelayanan yang

diberikan, apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa hotel Ciputra lagi.

Menyadari hal tersebut hotel sebagai salah satu sarana akomodasi, berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para konsumen. Selain itu para wiraswasta juga berlomba-lomba memberikan nilai tambah (*value added*) pada produk mereka agar semakin menarik di mata konsumen dan meningkatkan pelayanan dengan cara mereka masing-masing (SWA, 2005, swa.co.id). Hal ini juga berguna untuk mendapatkan ataupun meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, dengan harapan akan melakukan pembelian kembali. Kepuasan itu sendiri adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk serta harapan-harapannya. Yang dapat juga dirumuskan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan.

Kepuasan konsumen terhadap suatu hotel dipengaruhi oleh banyak aspek, salah satunya adalah aspek kualitas layanan (*service quality*). *Servqual* pertama kali dicetuskan oleh tiga sekawan Valerie Zeitham, Parrasuraman, dan Leonard Berry pada tahun 1988 dengan jurnal mereka yang berjudul "*Servqual : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*". Jurnal ini menjabarkan mengenai bagaimana mengukur kepuasan pelanggan (Marketing, 2007, 54). Riset ini mengidentifikasi semua bentuk pelayanan yang berkualitas ke dalam lima dimensi besar.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah : "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Ciputra Semarang**"

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah adanya penurunan tingkat hunian. Untuk itu perumusan masalahnya adalah bagaimana meningkatkan tingkat hunian hotel Ciputra Semarang.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh faktor *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang ?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang ?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang ?
4. Apakah terdapat pengaruh faktor *assurance* (keyakinan) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang ?
5. Apakah terdapat pengaruh faktor *emphaty* (perhatian) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang ?

Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu " (Kotler, 2005:383). "Jasa pada dasarnya merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak nyata yang memberikan keinginan, kepuasan yang tidak perlu meleket pada penjualan dari pada produk atau jasa lainnya." (Stanton, 1991:529). " layanan adalah berbagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan

suatu produk kepada orang lain yang pada dasarnya tidak dapat di lihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu, produksinya dapat berkenaan dengan produk fisik atau tidak.”

Produk jasa merupakan aktivitas bisnis yang sangat pesat perkembangannya. Proses ini terjadi seiring dengan semakin cepatnya perubahan diberbagai bidang, terutama dalam sektor teknologi informasi yang memberikan pengaruh cukup besar pada sektor lainnya.

Kualitas Layanan

Menurut Edvardsson (1988,91) kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Untuk itu, perusahaan harus dapat mengerti konsumennya dan bagaimana mendefinisikan keinginan konsumen tersebut dengan benar. Menurut Crosby (1988) kualitas adalah “conformance to requirement”, bahwa itu harus di nilai dengan fokus dan harus mencoba mengerti tentang harapan konsumen. Sehingga diharapkan organisasi atau perusahaan dapat memenuhi harapan harapan konsumennya dengan memberikan apa yang konsumen inginkan (Tjiptono, 2006).

Kualitas jasa itu sendiri terbagi menjadi technical dimension dan interpersonal dimension. Kualitas tehnik biasanya bersifat relatif obyektif dan terukur, yang umumnya berupa balas harapan minimum pelanggan. Sedangkan kualitas interpersonal, da biasanya memiliki ketergantungan dengan dimensi teknis. Keberhasilan kualitas interpersonal ini memiliki kaitan kuat dengan kualitas teknis. Misalnya saja kualitas istimewa di front office akan berkurang kredibilitasnya apabila tidak dapat memberikan pelayanan “wake-up call”.

Menurut parasuraman (1985), faktor utama yang mempengaruhi jasa adalah jasa yang di harapkan dan jasa yang diterima . apabila jasa yang diterima konsumen sama dengan yang diharapkan atau bahkan lebih, maka dipersepsikan bahwa kualitas jasa tersebut baik atau positif, dan demikian pula sebaliknya. Servqual adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa mereka. Metode ini menyangkut pengembangan pemahaman mengenai persepsi target consumers mengenai jasa yang diinginkan. Hasil penilaian persepsi kualitas jasa dari suatu organisasi tertentu kemudian di bandingkan dengan hasil perusahaan yang ‘sempurna’. Analisis hasil perbedaan yang ada dapat digunakan sebagai ‘driver’ untuk meningkatkan kualitas jasa yang ada (Zeithaml et al, 1988). Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas jasa sangat dipengaruhi oleh kemampuan dari si penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisiten. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman terdapat lima dimensi pokok dari dimensi kualitas jasa, yaitu (Tjiptono, 2006) :

1. Berwujud (Tangible)
Berwujud diartikan sebagai tampilan fisik seperti peralatan, penampilan karyawan, fasilitas gedung, dan lainnya. Dimensi tangible ini umumnya digunakan perusahaan untuk menaikkan image dimata konsumen. dimensi ini dapat di gambarkan dengan kebersihan ruangan, kerapihan pakaian, penataan tempat, dan fasilitas kamar kecil.
2. Keandalan (Reliability)
Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini sangat penting bagi sebagian pelanggan, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusaan melaksanakan transaksi seperti yang dijanjikan. Dimensi ini dapat digambarkan dengan kesegaran makanan, ketepatan pelayanan, menu yang beraneka ragam.
3. Ketanggapan (responsiveness)
Ketanggapan adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan serta keluhan pelanggan. Dimensi ini dapat di gambarkan dengan tanggap menghadapi keluhan serta kesulitan pelanggan. Dimensi ini dapat digambarkan dengan tanggap menghadapi keluhan, kesediaan membantu konsumen, kecepatan pelayanan.
4. Keyakinan (assurance)
Keyakinan adalah pengetahuan, keramahan serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan yang bergerak di bidang jasa dengan resiko

tinggi seperti perbankan dan asuransi. Dimensi ini dapat digambarkan dengan kebersihan makanan, keramah tamahan karyawan dan pengetahuan tentang produk.

5. Empati (perhatian)

Empati adalah perhatian secara individu yang di berikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai dan di mengerti oleh perusahaan. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan menyakinkan pelanggan bahwa mereka unik dan istimewa. Dimensi ini dapat di gambarkan dengan perhatian personal kebutuhan spesifik dan perhatian terhadap keluhan.

Hipotesis

Untuk dapat memberikan arah bagi penelitian ini, maka diajukan suatu hipotesis. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Ada pengaruh faktor *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang.
- b. Ada pengaruh faktor *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang.
- c. Ada pengaruh faktor *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang.
- d. Ada pengaruh faktor *assurance* (keyakinan) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang.
- e. Ada pengaruh faktor *emphaty* (perhatian) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang.

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel menurut Suharsini Arikunto (2002) diartikan sebagai gejala yang bervariasi, gejala adalah objek penelitian, sehingga variabel adalah objek penelitian yang bervariasi. Variabel-variabel penelitian yang di gunakan adalah variabel harga, kualitas, distribusi, promosi dan minat konsumen . Dalam penelitian ini terdapat dua macam variable, yaitu :

1. Variabel Bebas (Independen) yang terdiri dari :

X_1 = Yaitu variabel yang mewakili untuk *tangible*

X_2 = Yaitu variabel yang mewakili untuk *reliability*

X_3 = Yaitu variable yang mewakili untuk *responsiveness*

X_4 = Yaitu variable yang mewakili untuk *assurance*

X_5 = Yaitu variable yang mewakili untuk *emphaty*

2. Variabel terikat (Dependen) atau disebut juga variabel Y yaitu yang mewakili untuk kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang.

Definisi operasional dari variabel yang diteliti dijabarkan pada pernyataan-pernyataan dibawah ini.

1. *Tangible* / berujud, adalah penampilan fisik dan kenyamanan yang ditawarkan. Tangibles meliputi fasilitas fisik, personel pegawai dan sarana komunikasi. Adapun indikator *tangible* dalam penelitian ini adalah (retel Gresilda, 2007):

- a. Fasilitas kamar Hotel Ciputra Semarang
- b. Kebersihan Hotel Ciputra Semarang
- c. Fasilitas parkir mobil dan motor
- d. Fasilitas internal (kolam renang, pusat kebugaran, restoran dan bar)

2. *Reliability* / keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Adapun indikator dari keandalan adalah (Gretel Gresilda, 2007):
 - a. Kecepatan petugas dalam pelayanan
 - b. Aneka pilihan makanan di Restourant Hotel ciputra Semarang
 - c. Penjelasan informasi saat tamu Check-in ke Hotel
 - d. Ketepatan informasi yang diberikan
3. Daya tanggap / *responsiveness* adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Adapun indikator dari daya tanggap adalah (Gretel Gresilda, 2007):
 - a. Kesediaanya membantu pelanggan
 - b. Tanggap menghadapi keluhan
 - c. Kecepatan pelayanan menyelesaikan keluhan.
 - d. Respon cepat terhadap permintaan tamu hotel
4. Keyakinan / *assurance* adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staf. Adapun indikator dari keyakinan adalah (Gretel Gresilda, 2007):
 - a. Memiliki peralatan pendukung yang memberikan hasil kerja yang optimal.
 - b. Kebersihan makanan
 - c. Keramahan pelayanan
 - d. Pengetahuan produk
5. *Empaty* / perhatian adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan. Adapun indikator dari perhatian adalah (Gretel Gresilda, 2007) :
 - a. Memberikan pelayanan tanpa melihat status dan kedudukan pelanggan
 - b. Petugas mampu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan
 - c. Memahami kondisi pelanggan
 - d. Pehatian terhadap keluhan.
6. Kepuasan Pelanggan adalah respon pelanggan antara tentang kesesuaian harapan dan kinerja penyedia jasa. Adapun indikator dari kepuasan pelanggan adalah (Gretel Gresilda, 2007) :
 - a. Rasa bangga
 - b. Referensi
 - c. Setia
 - d. Keinginan untuk menginap kembali

Penentuan Sampel

Ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Hair jr. et.al. dalam Aritonang (2005) bahwa ratio antara jumlah unsur sampel dan jumlah variabel dalam suatu penelitian paling tidak 5 kali jumlah variabelnya, atau paling tidak 20 subyek untuk setiap variabel independen yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel independen dan satu variabel dependen sehingga kesuluruhannya 6 variabel. Dengan demikian sampel dalam penetian ini sebanyak 60 responden. Jumlah ini diperoleh dari 10 kali 6 variabel. Angka ini melebihi jumlah minimal yang disyaratkan yaitu 5 kali jumlah varibel sebanyak 30 responden.

Untuk mendapatkan data yang representasi dari variabel yang akan diukur, maka responden yang menjadi sampel harus yang sudah menggunakan jasa yang diberikan Hotel Ciputra Semarang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel tak acak *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2004:78). Dengan demikian responden dalam penelitian ini adalah setiap tamu yang sedang/pernah menginap di Hotel Ciputra Semarang

Metode Analisis Data

Analisis Kualitatif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis dalam penelitian yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka, tetapi menguraikan data dengan cara memberikan pengertian, penerangan dan menafsirkan data yang diperoleh. Analisis data yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dari jawaban daftar pertanyaan. Pengolahan data dalam analisis ini diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu dengan menggunakan tabel agar lebih mudah dalam penganalisaannya.

Analisis Kuantitatif

Adalah serangkaian pengukuran yang dapat dinyatakan dengan angka-angka.

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi klasik adalah untuk menguji model analisis yang digunakan. Metode regresi ordinary least square akan menghasilkan persamaan yang baik apabila memenuhi pengujian sebagai berikut :

a) Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram residual. (Imam Ghozali, 2000:74)

b) Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam suatu persamaan regresi adalah sebagai berikut : (Imam Ghozali, 2000,57)

- Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi terjadi multikolinearitas.

- Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance

Dengan catatan : $Tolerance = 1 / VIF$ atau bisa juga,

$$VIF = 1 / Tolerance$$

Nilai Tolerance yang rendah maka akan berakibat pada VIF yang tinggi, dan ini berarti terjadi multikolinearitas. Nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan besarnya VIF lebih besar dari 10.

c) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis adalah : (Imam Ghozali, 2000:69)

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas

2. Analisis Regresi berganda

Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel terikat. Pengujian ini meliputi uji t (t_{test}) yang digunakan untuk mencari besarnya sunbangan masing-masing variabel terhadap variabel dependen

secara parsial , uji F (F_{test}) untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama sama , koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independent yang tercantum dalam penelitian ini.

3. Uji t (t_{Test})

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah konstanta dan koefisien regresi dari variabel bebas signifikan atau tidak secara individual terhadap volume penjualan (Y). Caranya adalah dengan membandingkan statistic hitung dengan statistic tabel.

4. Koefisien deteminasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi ada diantara 0 dan 1. nilai koefisien determinasi yang kecil berarti harga variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel terikatnya sangat terbatas. nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikatnya.

4.2 Analisis Kualitatif

Berdasarkan hasil tanggapan dari 60 orang responden tentang bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati dan kepuasan, maka peneliti akan menguraikan secara rinci jawaban responden yang dikelompokkan dalam satu katagori skor dengan menggunakan rentang skala sebagai berikut.

$$RS = \frac{TI-TR}{5}$$

4.2.1 Dimensi Tangible/Berujud (X_1)

Untuk pengukuran variabel tangible/berujud (X_1) digunakan pendapat responden mengenai fasilitas kamar, kebersihan hotel, fasilitas parkir, dan fasilitas internal Hotel Ciputra Semarang dalam tabel berikut.

Pendapat Responden Terhadap Variabel Tangible/Berujud

Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Skor
Fasilitas kamar sangat lengkap	16 (80)	37 (148)	6 (18)	1 (2)	0	248
Kebersihan hotel terjaga	21 (105)	31 (124)	7 (21)	1 (2)	0	252
Fasilitas Parkir mobil luas	20 (100)	28 (112)	10 (30)	2 (4)	0	246
Fasilitas internal memadai	11 (55)	37 (148)	11 (33)	1 (2)	0	238
Jumlah						984

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2010

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel tangible/berujud adalah 984, berada pada kategori setuju (816,1 – 1008). Hal ini

mengindikasikan bahwa responden setuju tentang indikator tangible/berwujud, yaitu fasilitas kamar Hotel Ciputra Semarang dalam keadaan lengkap, kebersihan hotel terjaga, fasilitas parkir mobil dan hotel luas, dan fasilitas internal hotel (kolam renang, pusat kebugaran, restoran dan bar) yang disediakan memadai.

4.2.2 Dimensi Reliability/Keandalan (X_2)

Untuk pengukuran dimensi reliability/keandalan Hotel Ciputra Semarang (X_2) digunakan pendapat responden mengenai penilaian responden terhadap kecepatan petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan, aneka pilihan makanan yang disediakan restoran, penjelasan petugas pelayanan saat check in jelas, dan informasi yang diberikan petugas pelayanan mudah dimengerti dalam tabel berikut.

Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Skor
Petugas pelayanan cepat dalam memberikan pelayanan	17 (85)	38 (152)	5 (15)	0	0	252
Restoran menyediakan aneka pilihan makanan	16 (80)	38 (152)	5 (15)	1 (2)	0	249
Penjelasan petugas pelayanan saat check in jelas	14 (70)	35 (140)	10 (30)	1 (2)	0	242
Informasi yang diberikan petugas pelayanan mudah dimengerti	10 (30)	43 (172)	7 (21)	0	0	223
Jumlah						966

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2010

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel reliability/keandalan adalah 966, berada pada kategori setuju (816,1 – 1008). Hal ini mengindikasikan bahwa responden setuju tentang indikator reliability/keandalan Hotel Ciputra Semarang, yaitu petugas pelayanan cepat dalam memberikan pelayanan, restoran hotel menyediakan aneka pilihan makanan, penjelasan petugas pelayanan saat check in di hotel jelas, dan informasi yang diebrikan oleh petugas pelayanan hotel mudah dimengerti.

4.2.3 Dimensi Responsiveness/Daya Tanggap

Untuk pengukuran dimensi responsiveness/daya tanggap (X_3) digunakan pendapat responden mengenai penilaian responden terhadap kesediaan petugas pelayanan membantu pelanggan, petugas tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan, petugas pelayanan cepat dalam memberikan pelayanan, dan respon petugas pelayanan hotel cepat dalam melayani permintaan pelanggan, dalam tabel berikut.

Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Skor
Petugas pelayanan bersedia membantu pelanggan dengan cepat	21 (105)	30 (120)	9 (27)	0	0	252
Petugas pelayanan tanggap dalam menghadapi keluhan	16 (80)	32 (128)	12 (36)	0	0	244

pelanggan						
Petugas pelayanan cepat dalam memberikan pelayanan	22 (110)	28 (112)	9 (27)	1 (2)	0	251
Respon petugas pelayanan hotel cepat dalam melayani permintaan pelanggan	12 (60)	30 (120)	16 (48)	2 (4)	0	232
Jumlah						979

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2010

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel *responsiveness*/daya tanggap adalah 979, berada pada kategori setuju (816,1 – 1008)). Hal ini mengindikasikan bahwa responden setuju tentang indikator *responsiveness*/daya tanggap, yaitu petugas pelayanan hotel bersedia membantu pelanggan dengan cepat, petugas pelayanan tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan, petugas pelayanan hotel cepat dalam memberikan pelayanan, dan respon petugas pelayanan hotel cepat dalam melayani permintaan pelanggan.

4.2.4 Dimensi Assurance/Keyakinan

Untuk pengukuran dimensi assurance/keyakinan (X_4) digunakan pendapat responden mengenai peralatan pendukung yang dimiliki hotel Ciputra Semarang, menjaga kebersihan makanan, keramahan petugas pelayanan dalam melayani pelanggan, dan pengetahuan petugas pelayanan tentang pekerjaannya, dalam tabel berikut.

Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Skor
Hotel memiliki peralatan pendukung yang memberikan hasil kerja yang optimal	24 (120)	31 (124)	5 (15)	0	0	259
Hotel menjaga kebersihan makanan	20 (100)	36 (144)	4 (12)	0	0	256
Petugas pelayanan melayani pelanggan dengan ramah	21 (105)	32 (128)	6 (18)	1 (2)	0	253
Petugas pelayanan memiliki pengetahuan yang baik tentang pekerjaannya	19 (95)	34 (136)	7 (21)	0	0	252
Jumlah						1020

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel assurance/keyakinan adalah 1020, berada pada kategori sangat setuju (1008,1 - 1200). Hal ini mengindikasikan bahwa responden sangat setuju tentang indikator assurance/keyakinan, yaitu hotel memiliki peralatan pendukung yang memberikan hasil kerja yang optimal, hotel menjaga kebersihan makanan, petugas pelayanan hotel melayani pelanggan dengan ramah, dan petugas pelayanan hotel memiliki pengetahuan yang baik tentang pekerjaannya.

4.2.5 Dimensi Empati/Perhatian

Untuk pengukuran dimensi empati/perhatian (X_5) digunakan pendapat responden mengenai penilaian responden terhadap petugas pelayanan memberikan pelayanan tanpa melihat status dan kedudukan pelanggan, petugas pelayanan mampu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, petugas pelayanan memahami kondisi pelanggan, dan petugas pelayanan perhatian terhadap keluhan pelanggan, dalam tabel berikut.

Pendapat Responden Terhadap Variabel Empati/Perhatian

Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Skor
Petugas pelayanan memberikan pelayanan tanpa melihat status dan kedudukan pelanggan	25 (125)	31 (124)	4 (12)	0	0	261
Petugas pelayanan mampu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	21 (105)	28 (112)	11 (33)	0	0	250
Petugas pelayanan memahami kondisi pelanggan	23 (115)	26 (104)	9 (27)	2 (4)	0	250
Petugas pelayanan perhatian terhadap keluhan pelanggan	16 (80)	34 (136)	10 (30)	0	0	246
Jumlah						1007

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel empati/perhatian adalah 1007, berada pada kategori sangat setuju (1008,1 - 1200). Hal ini mengindikasikan bahwa responden setuju tentang indikator empati/perhatian, yaitu petugas pelayanan memberikan pelayanan tanpa melihat status dan kedudukan pelanggan, petugas pelayanan mampu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, petugas pelayanan memahami kondisi pelanggan, dan petugas pelayanan perhatian terhadap keluhan pelanggan.

4.2.6 Kepuasan Pelanggan

Untuk pengukuran variabel kepuasan pelanggan (Y) digunakan pendapat responden mengenai perasaan bangga menginap di Hotel Ciputra Semarang, akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk menginap di Hotel Ciputra Semarang, tidak akan menginap di hotel lain selain hotel Ciputra apabila berada di Semarang, dan selalu ingin menginap kembali di Hotel Ciputra Semarang, dalam tabel berikut.

Tabel 4.10

Pendapat Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	SS	S	CS	TS	STS	Skor
Merasa bangga menginap di Hotel Ciputra Semarang	22 (110)	33 (132)	5 (15)	0	0	257
Akan merekomendasikan kepada orang lain	18 (90)	40 (160)	2 (6)	0	0	256
Tidak akan menginap di hotel lain selain hotel Ciputra	22 (110)	32 (128)	6 (18)	0	0	256

Selalu ingin menginap kembali di hotel Ciputra	10 (50)	41 (164)	9 (27)	0	0	241
Jumlah						1010

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2010

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 1010, berada pada katogori sangat setuju (1008,1 – 1200). Hal ini mengindikasikan bahwa responden sangat setuju tentang indikator kepuasan pelanggan, yaitu merasa bangga menginap di Hotel Ciputra Semarang, akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk menginap di Hotel Ciputra Semarang, tidak akan menginap di hotel lain selain di Hotel Ciputra Semarang, dan selalu ingin menginap kembali di Hotel Ciputra Semarang.

a. Uji Validitas

Untuk menguji valid dan tidaknya pertanyaan yang akan diajukan dengan menggunakan *person corelation*, apabila signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka pertanyaan dikatakan valid. dari hasil dapat dijelaskan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, dan kepuasan pelanggan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, kepuasan pelanggan ternyata diperoleh nilai cronbact alpha lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel, dan bisa dilakukan langkah selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), keyakinan (X_4), perhatian (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan dibantu program SPSS dalam proses penghitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.155	1.141		1.012	.316
	bukti fisik	.180	.062	.179	2.561	.013
	koandalan	.224	.075	.244	2.969	.004
	daya tanggap	.121	.059	.161	2.042	.046
	keyakinan	.223	.076	.266	2.923	.005
	perhatian	.215	.071	.286	3.037	.004

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

$$Y = 0,179 X_1 + 0,244 X_2 + 0,161 X_3 + 0,266 X_4 + 0,286 X_5$$

Pembahasan

Variabel bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan hotel Ciputra Semarang dengan signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila bukti fisik yang diukur dengan fasilitas kamar semakin baik, kebersihan hotel ciputra semakin terjaga, fasilitas parker mobil dan motor semakin luas, dan fasilitas intenal (kolam renang, pusat kebugaran, restoran dan bar) semakin nyaman, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, hal ini ditunjukkan dengan rasa bangga kepada pihak hotel, mau mereferensikan kepada orang lain, setia kepada hotel Ciputra dan berkeinginan untuk menginap kembali di hotel ciputra Semarang. Kondisi ini terjadi karena bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan

oleh pemberi jasa. Bukti langsung bisa langsung dirasakan oleh pelanggan, apabila bukti langsung semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil ini mendukung penelitian Gretel Gresilda dan tagor Muda Panjaitan (2007), yang menyatakan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan hotel Ciputra dengan signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila keandalan yang diukur dengan kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan, aneka pilihan makanan di restoran hotel Ciputra Semarang semakin bervariasi, penjelasan informasi saat tamu check in ke hotel mudah diterima pelanggan, dan petugas pelayanan memberikan informasi yang tepat, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Kondisi ini terjadi karena keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah akurat dan terpercaya, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil ini mendukung penelitian Gretel Gresilda dan tagor Muda Panjaitan (2007), yang menyatakan keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ciputra Semarang dengan signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila daya tanggap yang diukur dengan ketersediaannya membantu pelanggan, tanggap dalam menghadapi keluhan, kecepatan pelayanan pihak petugas pelayanan cepat, dan respon petugas pelayanan cepat terhadap permintaan tamu hotel, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Kondisi ini terjadi karena ketanggapan adalah kemauan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas, sehingga apa yang dibutuhkan oleh pelanggan bisa dijelaskan oleh petugas pelayanan dengan baik, sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Hasil ini mendukung penelitian Gretel Gresilda dan tagor Muda Panjaitan (2007), yang menyatakan daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel keyakinan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan hotel Ciputra Semarang dengan signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila keyakinan yang diukur dengan pihak hotel memiliki peralatan pendukung yang memberikan hasil kerja yang optimal, kebersihan makanan selalu dijaga, petugas pelayanan ramah, dan pengetahuan petugas pelayanan tentang produk baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Kondisi ini terjadi karena keyakinan adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan, apabila petugas pelayanan memahami apa yang menjadi tugasnya dan bersikap sopan dan santun kepada setiap pengguna jasa, maka pelanggan akan merasa puas atas pelayanan tersebut. Hasil ini mendukung penelitian Gretel Gresilda dan tagor Muda Panjaitan (2007), yang menyatakan keyakinan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan hotel Ciputra Semarang dengan signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila empati yang diukur dengan petugas pelayanan memberikan pelayanan tanpa memandang status dan kedudukan pelanggan, petugas mampu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan, petugas pelayanan memahami kondisi pelanggan, dan petugas pelayanan memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Kondisi ini terjadi karena empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Jika pelanggan yang merasa diberikan perhatian dan dilayani serta dihormati sebagai pembeli, akan merasa puas. Hasil ini mendukung penelitian Gretel Gresilda dan tagor Muda Panjaitan (2007), yang menyatakan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,561 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %.

2. Ada pengaruh antara keandalan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,969 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %.
3. Ada pengaruh antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,042 > 1,986$, dan signifikansi t kurang dari 5 %.
4. Ada pengaruh antara keyakinan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,923 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5 %.
5. Ada pengaruh antara empati dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,037 > 2,0049$, dan signifikansi t kurang dari 5%.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan maka selanjutnya diberikan beberapa saran dengan harapan akan berguna bagi pihak hotel Ciputra Semarang sebagai berikut :

1. Empati merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel Ciputra Semarang, untuk itu sebaiknya pihak hotel lebih meningkatkan perhatian kepada pelanggan yang menginap di hotel Ciputra dengan memberikan petugas pelayanan lebih lebih memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti pada malam hari membutuhkan pelayanan, petugas tetap perhatian kepada pelanggan.
2. Keyakinan merupakan faktor dominan kedua dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel Ciputra Semarang, untuk itu lebih memberikan keyakinan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan dengan senyuman dan pelayanan lebih ramah, baik dalam bertutur kata maupun bertingkah laku.
3. Keandalan Hotel lebih ditingkatkan, khususnya yang berhubungan dengan pilihan makanan dan penjelasan petugas saat check in. Variasi makanan dapat dilakukan melalui survei kepada pelanggan tentang menu yang diinginkan, sedangkan penjelasan lebih halus dan pelan agar pelanggan memahami informasi yang disampaikan.
4. Bukti wujud dapat lebih diperbaiki, khususnya tentang kebersihan, fasilitas internal dan fasilitas kamar, serta area parkir. Untuk area parkir Hotel Ciputra kurang luas, untuk itu pihak hotel bisa lebih memperhatikan untuk pengembangan area parkir tersebut.
5. Daya tanggap petugas pelayanan lebih diperbaiki lagi, seperti pelayanan yang cepat, apalagi saat pelanggan benar-benar membutuhkan dan dilakukan tanpa ditunda-tunda.

DAFTAR RUJUKAN

Available from <http://www.swa.co.id/swamajalah/sajian/> details.

Aitonang, L. R. 2005. *kepuasan Pelanggan: pengukuram dan penganalisaan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Fandy Tjptono, 2006, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.

Farida Jasfar, 2002, Perbedaan Peranan Tingkat Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Pelanggan Hotel : Studi Tentang Service Relationship Pada Hotel Di Jakarta dan Bogor, *Jurnal Bisnis dan akuntansi*, Vol. 4 april 2002, 54-71.

Gretel Gresilda dan Tagor Muda Panjaitan, 2007, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua, *Derema Jurnal Manajemen* Vol. 2 No. 1 Januari 2007.

Hurriyati, R.2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Imam Ghozali, 2005, *Aplikasi MultiVariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- James F. Angel, Ranger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, 1999, *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Nasution. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara.2006 " Membangun Kepuasan Pelanggan yang Bernilai Tambah" *Majalah SWA Online*.
- Nur Indriantoro Dan Bambang Supomo, 2000, *Metodelogi Penelitian*, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian*, Alfa Beta, Bandung.
- Suharsimi. Arikunto, 2002, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian* , PT Gramedia, Jakarta.
- Yasintha Soelasih, 2003, *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel X Di Jakarta, Telaah Bisnis, Vo. 4*.