

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Syariah

**Ayu Purnama Ningsih**

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: [ayu121935@gmail.com](mailto:ayu121935@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh dimensi Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Resnponsibility*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah, mengetahui pengaruh dimensi bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan hotel Bukit Uhud Syariah , mengetahui pengaruh dimensi Keandalan (*Resnponsibility*) terhadap kepuasan pelanggan hotel Bukit Uhud Syariah , mengetahui pengaruh dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan hotel Bukit Uhud Syariah , mengetahui pengaruh dimensi Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan hotel Bukit Uhud Syariah ,dan mengetahui pengaruh dimensi Empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan hotel Bukit Uhud Syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian dari pelanggan yang menginap di Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini yang di ambil 150 responden. Metode pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan deksriptif dan analisis linear berganda.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

### Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of dimensions of physical evidence (tangible), reliability (responsibility(responsiveness), assurance (Assurance) and Empathy (Empathy) together on customer satisfaction at the Bukit Uhud Syariah Hotel, knowing the effect of the dimensions of physical evidence (tangible) on customer satisfaction at the Bukit Uhud Syariah hotel, knowing the effect of the dimension of Reliability (Resnponsibility) on customer satisfaction at the Bukit Uhud Syariah hotel. , knowing the effect of Responsivenesson customer satisfaction at Bukit Uhud Syariah hotel, knowing the effect of Assurance dimensiononcustomer satisfaction at Bukit Uhud Syariah hotel, and knowing the effect of Empathy dimensiononcustomer satisfaction at Bukit Uhud Syariah hotel. This type of research is descriptive quantitative research. In this study, the samples taken were some of the customers who stayed at the Bukit Uhud Syariah Hotel Yogyakarta. The number of samples in this study were taken 150 respondents. This sampling method is purposive sampling. Methods of data analysis using descriptive and multiple linear analysis.

**Keywords:** *Quality of Service, Customer Satisfaction*

### PENDAHULUAN

Bisnis halal, bisnis yang berbasis syariah ialah suatu aktifitas dalam berbagai bentuk yang tidak bisa diprediksi jumlah (kuantitas kepemilikan hartanya seperti profit ataupun barang dan jasa, namun dapat dibatasi dengan cara penggunaa hartanya, dengan adanya aturan halal dan haram yang berarti

bahwa, dalam menjalankan segala aktifitasnya, perusahaan dapat memberikan nilai-nilai agama sebagai pedoman didalam kehidupannya. Hal itu didasarkan pada kaidah *al-ashlu fi alaf'al al-taqayyud bi hukmi asy-syar'i*, yang artinya hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara, baik yang wajib, sunnah, mubah, makruh, atau haram. Oleh sebab itu, dalam melaksanakan suatu bisnis harus berpegang teguh pada ketentuan syari'at (Nisa, 2018).

Penyampaian pelayanan yang berkualitas akan dapat memberikan kontribusi besar bagi kepercayaan pelanggan dan dapat meningkatkan reputaasi perusahaan dimata pelanggan yang pada akhirnya akan berdampak pada kepuasan konsumen atau pelanggan. Kualitas pelayanan untuk keseluruhannya ditentukan oleh pelanggan dan sesuai keinginan yang dihasilkan dari perbandingan kinerja yang dirasakan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah perbandingan pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka peroleh dari perusahaan pesaing sebelumnya, melakukan promosi dari mulut ke mulut kepada kerabat dan keluarga dengan membandingkan pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan mereka. Dengan kata lain kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berlaku dalam memperoleh kepuasan pelanggan, dan diberikan sesuai dengan fungsi pelayanan yang ditawarkan. Dengan Memberikan pelayanan yang baik dan melebihi dari harapan pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik dari pelanggan (Rewa, 2019).

Menurut Zeithmal menjelaskan bahwa ukuran kualitas pelayanan memiliki sepuluh dimensi, (Abdul Sani, 2021) yaitu *tangible* (berwujud/fisik), yang merupakan tampilan fisik, gedung, kelengkapan peralatan dan alat untuk komunikasi, serta penampilan karyawan. *Reliability* (Kehandalan), terdiri dari kemampuan karyawan perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan, dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat. *Responsiveness* (Ketanggapan), kesiapan para karyawan untuk membantu dan merespon setiap kebutuhan pelanggan, memberikan informasi yang jelas terkait jasa yang ditawarkan. *Assurance* pihak perusahaan dapat meyakini pelanggan bebas dari bahaya dan mampu menunmbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan dengan memberikan rasa aman bagi para pelanggan. *Emphaty* Kemampuan karyawan untuk menanggapi setiap kebutuhan pelanggan dengan memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia presepsikan dibandingkan harapannya. kepuasan ialah sebuah perbandingan antara pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang lebih dari keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas (Oliver, 2013).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu bagian penting untuk setiap perusahaan penyedia jasa terdapat dari penilaian pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan akan membandingkan dengan pengalamannya dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan pesaing. Kepuasan konsumen ialah respon dari pelanggan terhadap pengalaman dalam menggunakan produk atau jasa yang pernah digunakanya pada perusahaan pesaing (Metayunika,2013). Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat dalam Arif (2010), diantaranya terjadinya hubungan yang harmonis antara konsumen dengan perusahaan; terciptanya loyalitas konsumen terhadap perusahaan, sehingga ia tidak akan berpaling kepada perusahaan lain; terjadinya suatu bentuk isu public yang positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*); dan terjadinya pembelian ulang (*repeated sales*)

Kepuasan pelanggan dapat ditentukan dengan bentuk kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan kepada pelanggan baik secara terwujud (*tangible*) ataupun tidak berwujud (*intangibile*) dalam hal ini penilaian dari pelanggan mengenai kategori jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian spesifik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan

untuk mengukur respon dari pelanggan dengan memberikan pelayanan secara langsung oleh perusahaan sehingga kepuasan pelanggan hanya bisa dinilai berdasarkan ekspektasi ataupun pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan (Bachri dkk., 2011).

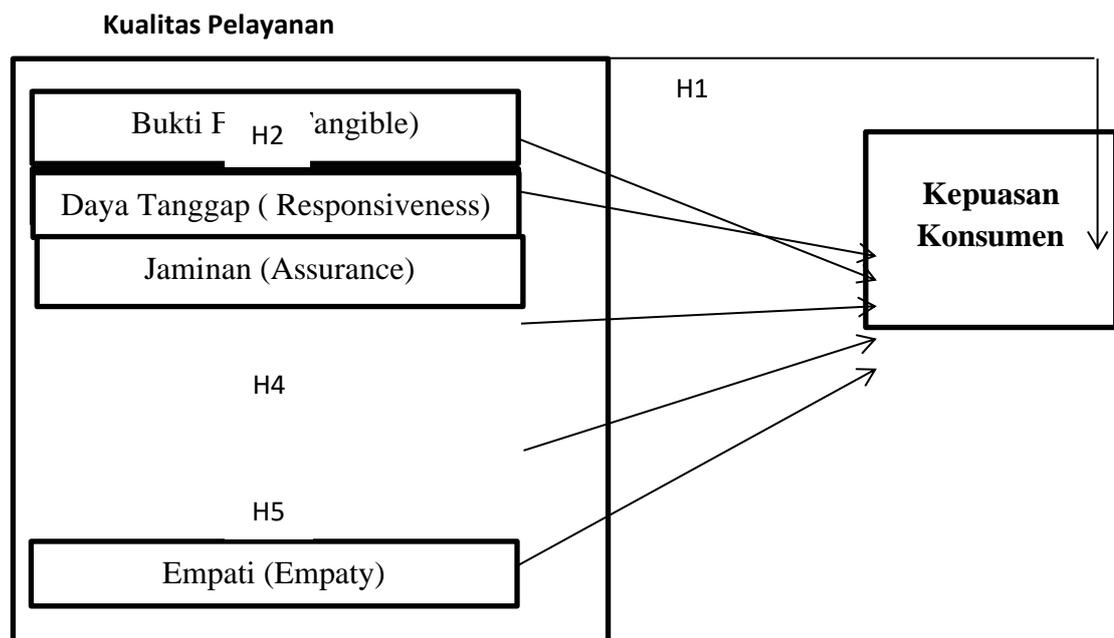
Berdasarkan uraian dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Syariah.

## METODE

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang berdasarkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau pengukuran, untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Jamhari, 2017). Populasi adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pelayanan serta fasilitas dari Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta. Sampel penelitian ini adalah 150 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode angket, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

## Kerangka Pikir

Dalam penelitian (Dhia Nadhifah, 2020) Secara umum kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis, hubungan antar variabel yang akan diteliti. Dengan kerangka pikir, maka dapat diketahui alur pemikiran peneliti yang bertujuan untuk mengukur dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan/konsumen pada Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta, maka kerangka pikir pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**  
**Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap masalah pada penelitian. Pada umumnya hipotesis dirumuskan guna menggambarkan hubungan antar variabel, dan ada pula yang menggambarkan perbandingan satu variabel dari dua sampel (Dhia Nadhifah, 2020). Dalam hal ini penulis menggunakan pengujian koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu variabel (X)

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen/pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta, dengan ketentuan sebagai berikut :

### **Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Bukti fisik pada Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta dapat dilihat dari pakaian karyawan hotel yang sopan, design bangun hotel Bukit Uhud Syariah terlihat unik dan modern, memiliki nuansa alami yang jauh dari kebisingan dan polusi sehingga cocok untuk menikmati suasana bersama keluarga, lokasi yang sangat strategis dan dekat dengan pusat kota, fasilitas yang ditawarkan juga lengkap seperti (AC *plasma cluster*, LED TV, Kamar mandi dengan perlengkapan mandi, Sarapan). Bukti fisik yang mencakup penampilan karyawan dalam bekerja, bangunan, kelengkapan fasilitas komunikasi, ruangan yang bersih dan nyaman serta tersedianya tempat parkir yang luas dengan tersedianya kelengkapan yang lengkap maka pelanggan akan merasa puas (Dhia Nadhifah, 2020).

Tiap kamar tersedia ruang keluarga dan akses internet via *Wifi*, tersedianya sepeda gratis untuk pelanggan, gazebo untuk bersantai dan area parkir yang cukup luas. Maka dengan adanya variabel Bukti Fisik ini maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang disediakan oleh pihak Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta. Bukti Fisik berhubungan dengan daya tarik pelanggan pada interior hotel, perlengkapan sarana untuk komunikasi yang telah disediakan perusahaan serta penampilan karyawan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Hastuti, 2019). Kemampuan penyedia jasa dalam menunjukkan keberadaannya pada pelanggan, menyediakan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan oleh pelanggan, menyediakan kelengkapan teknologi yang akan digunakan serta penampilan para karyawan, dengan tersedianya kelengkapan fasilitas hotel maka pelanggan akan merasa puas (Iswandi, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa hubungan Bukti Fisik dengan kepuasan pelanggan yaitu kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika pihak perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai persepsi pelanggan terhadap empati perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik juga dari pelanggan.

**H1: Terdapat pengaruh signifikan dimensi Bukti Fisik (*tangible*) Pengaruh kepuasan layanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.**

### **Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kehandalan (*Reliability*) berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali pelanggan datang dan tanpa membuat kesalahan apapun dalam menyampaikan jasa yang ditawarkan sesuai dengan waktu yang telah disepakati, harga yang sesuai dengan yang di tawarkan, Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta ini memiliki standar pelayanan yang sesuai dan jelas dalam melayani semua keluhan dan kebutuhan pelanggan, jika perusahaan bisa memenuhi keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan prosedur yang ditawarkan dari awal sebelum pelanggan memutuskan untuk membeli produk tersebut (Dhia Nadhifah, 2020).

Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan pelanggan dan jelas ketika menyampaikan informasi kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan. Memberikan pelayanan yang sesuai diharapkan pelanggan dan kinerja harus tepat waktu, memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa harus membedakan status pelanggan, sikap yang simpatik. Menepati janji dalam memberikan pelayanan ialah mencerminkan kredibilitas perusahaan (Estriyanti, 2018).

Jika pihak perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai persepsi pelanggan terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik juga dari pelanggan. Kehandalan atau *reliability* adalah kemampuan pihak perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan harapan pelanggan (Rahayu, dkk. 2017).

Dapat disimpulkan bahwa hubungan Kehandalan dengan kepuasan pelanggan yaitu kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika pihak perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai persepsi pelanggan terhadap empati perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik juga dari pelanggan.

**H2: Terdapat pengaruh signifikan dimensi Reliabilitas (*reliability*) Pengaruh kepuasan layanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.**

### **Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dengan memberikan pelayanan dengan tanggap. Karyawan Hotel Bukit Uhud Syariah memberikan pelayanan yang baik dan selalu merespon setiap keluhan dari pelanggan menanggapi setiap ada pelanggan yang ingin komplain, dengan memberikan perhatian seperti ini maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak hotel. Tanggap dalam hal ini dapat diartikan dengan bagaimana bentuk respon pihak perusahaan terhadap segala hal yang berhubungan dengan pelanggan, dan respon yang baik pihak perusahaan dalam menangani segala permintaan, keluhan, saran, kritik dan komplain atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan (Metayunika, 2013).

Karyawan Hotel Bukit Uhud Syariah dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan serta mereka memberikan bantuan dan tanggap merespon keinginan pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi agar pelanggan tidak terlalu lama menunggu serta memberikan respon yang cepat terhadap keluhan pelanggan dan segera memberikan solusi yang cepat agar pelanggan merasa puas. Daya Tanggap yang berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dan menanggapi setiap keinginan pelanggan serta memberikan informasi kapan jasa akan diberikan dan memberi jasa dengan cepat (Hastuti, 2019).

Kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas, tidak membiarkan pelanggan menunggu dengan suatu alasan yang jelas akan menyebabkan pelanggan merasa kecewa dan memberikan *feedback* yang negatif dalam kualitas pelayanan perusahaan (Estriyanti 2018).

Dapat disimpulkan bahwa hubungan Daya Tanggap dengan kepuasan pelanggan yaitu kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika pihak perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai persepsi pelanggan terhadap empati perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik juga dari pelanggan.

**H3: Terdapat pengaruh signifikan dimensi Daya Tanggap (*responsiveness*) Pengaruh kepuasan layanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.**

### **Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pada Hotel Bukit Uhud Syariah ini memiliki karyawan yang ramah dan sopan terhadap pelanggan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan bebas dari bahaya saat bermalam di hotel. Jaminan berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan serta

kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan dan meyakinkan pelanggan bebas dari bahaya (Estriyanti, 2018).

Jaminan mencangkup kemampuan karyawan untuk Sebagai contoh yaitu pengetahuan para karyawan dalam menjelaskan informasi kepada pelanggan, keterampilan para karyawan dalam menjalankan tugasnya, karyawan dapat dipercayai, diandalkan dan memiliki kemampuan teknis yang baik dengan adanya keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan pelanggan akan merasa yakin dan sangat puas. Dengan memberikan jaminan keamanan pada pelanggan maka citra perusahaan akan baik dan pelanggan bisa merasa puas dengan pelayanan yang mereka dapatkan penelitian (Budiasa, 2021). Jaminan ialah yang berkaitan dengan pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan pada pelanggan, kamahiran dalam menyampaikan jasa dengan bersikap sopan santun, serta kemampuan karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan yang ingin membeli jasa tersebut (Maulidya, Dkk. 2019).

Dapat disimpulkan bahwa hubungan Jaminan dengan kepuasan pelanggan yaitu kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika pihak perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai persepsi pelanggan terhadap empati perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik juga dari pelanggan.

**H4: Terdapat pengaruh signifikan dimensi Jaminan (*assurance*) Pengaruh kepuasan layanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.**

#### **Pengaruh Empaty Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kemampuan karyawan untuk menanggapi setiap kebutuhan pelanggan dengan memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan. Pihak perusahaan dapat memahami keinginan para pelanggan jika ada keluhan maka pihak perusahaan dapat mencari solusi dengan cepat, agar pelanggan tidak kecewa serta selalu terjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan menunjukkan sikap empati yang tulus dan pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa nyaman dan puas serta perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik dari pelanggan. *Assurance* atau jaminan diatas meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap tugas, keranahtanahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam menyampaikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Khaeruddin, 2021).

Karyawan Hotel Bukit Uhud Syariah memberikan perhatian kepada para pelanggan yang akan bermalam di hotel, mereka dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelangganya, memiliki pengertian dan pengetahuan terhadap kebutuhan pelanggan secara spesifik dan disini juga memiliki waktu operasional yang menyesuaikan kebutuhan pelanggan. Empati adalah kesediaan untuk perduli, memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan, dengan memberikan perhatian secara pribadi maka karyawan akan mudah memahami apa yang diinginkan pelanggan dan ini akan memberi dampak baik untuk citra perusahaan dan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan menurut (Tjiptono, dkk 2019).

Apabila pihak Perusahaan memberikan pelayanan yang sesuai keinginan pelanggan dan rasa empati dalam melayani dan membantu menyelesaikan setiap keluhan, kesulitan pelanggan maka dapat dipastikan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Setiap kegiatan yang memberikan pelayanan pentingnya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan

dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayan (Ajis Setiawan, dkk. 2019).

Empati atau *Empathy* merupakan perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, menyediakan alat elektronik sebagai alat komunikasi, kemampuan karyawan untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Memberikan kualitas pelayanan yang terbaik ialah melayani pelanggan setiap dibutuhkan, secara cepat dan memuaskan pelanggan, berlaku sopan, ramah dan proposional Menurut (Dhia Nadhifah 2020).

Dapat disimpulkan bahwa hubungan empati atau *emphaty* dengan kepuasan pelanggan yaitu kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika pihak perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai persepsi pelanggan terhadap empati perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik juga dari pelanggan.

**H5: Terdapat pengaruh signifikan dimensi Empati (*emphaty*) Pengaruh kepuasan layanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.**

## HASIL

### Hasil Regresi

Regresi berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel intervening dengan menggunakan variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis mengenai model regresi yang telah diolah dengan bantuan SPSS 23 *for windows*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,807	2,357		2,040	,043
	Bukti Fisik	,207	,080	,250	2,571	,000
	Kehandalan	,135	,095	,251	2,223	,004
	Daya Tanggap	,102	,111	,275	2,423	,001
	Jaminan	,070	,090	,264	2,777	,000
	Empaty	,313	,092	,387	3,391	,000

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan regresi ganda di atas, dapat dijelaskan koefisien regresi variabel bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,250, artinya jika variabel bukti fisik berubah satu satuan, maka kepuasan mengalami kenaikan yang relatif besar yaitu sebesar 0,250 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya ada hubungan yang searah bukti fisik dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi kehandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,251, artinya jika variabel kehandalan berubah satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan relatif besar yaitu 0,251 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya ada hubungan yang searah kehandalan dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar 0,275, artinya jika variabel daya tanggap berubah satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan yang relatif besar yaitu sebesar 0,275 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya ada hubungan yang searah daya tanggap dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi jaminan ( $X_4$ ) sebesar 0,264, artinya jika variabel jaminan berubah satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan yang relatif besar yaitu sebesar 0,264 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya ada hubungan yang searah jaminan dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi empathy ( $X_5$ ) sebesar 0,387, artinya jika variabel empathy berubah satu satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan yang relatif besar yaitu sebesar 0,387 satuan. Koefisien bernilai positif, artinya ada hubungan yang searah empathy dengan kepuasan konsumen.

### Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya hubungan atau pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Analisis dari hasil uji parsial (uji t) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai signifikan terhadap variabel dependen dengan membandingkan antara nilai sig t dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

**Tabel 2. Hasil Uji t Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,807	2,357		2,040	,043
	Bukti Fisik	,207	,080	,250	2,571	,000
	Kehandalan	,135	,095	,251	2,223	,004
	Daya Tanggap	,102	,111	,275	2,423	,001
	Jaminan	,070	,090	,264	2,777	,000
	Empaty	,313	,092	,387	3,391	,000

Berdasarkan hasil nilai tabel diatas, dapat disimpulkan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Jika nilai t-hitung > t-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan hasil olah data diatas diperoleh nilai probabilitas (sig)  $t_{\text{hitung}}$  (0,000) < *Level of Significant* (0,05), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti Fisik (*Tangible*) ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hotel Bukit Uhud Syariah.

Berdasarkan hasil olah data diatas diperoleh nilai probabilitas (sig)  $t_{\text{hitung}}$  (0,004) < *Level of Significant* (0,05), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kehandalan (*Responsibility*) ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hotel Bukit Uhud Syariah.

Berdasarkan hasil olah data diatas diperoleh nilai probabilitas (sig)  $t_{\text{hitung}}$  (0,001) < *Level of Significant* (0,05), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hotel Bukit Uhud Syariah.

Berdasarkan hasil olah data diatas diperoleh nilai probabilitas (sig)  $t_{hitung}$  (0,000) < *Level of Significant* (0,05), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Jaminan (*Assurance*) (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hotel Bukit Uhud Syariah.

Berdasarkan hasil olah data diatas diperoleh nilai probabilitas (sig)  $t_{hitung}$  (0,000) < *Level of Significant* (0,05), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Empati (*Emphaty*) (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Hotel Bukit Uhud Syariah.

### Uji Kelayakan Model (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas, yaitu kompetensi, kepemimpinan, dan lingkungan kerja secara simultan terhadap kinerja. Hal ini dapat diketahui dengan melihat nilai F signifikan dengan  $\alpha=5\%$ . Jika signifikan >  $\alpha$  maka  $H_0$  ditolak tetapi jika nilai F signifikan <  $\alpha$  maka  $H_0$  diterima. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85,668	5	17,134	8,333	,000 <sup>b</sup>
	Residual	296,072	144	2,056		
	Total	381,740	149			

a. Dependen Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant) Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil uji F pada tabel 4 menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,333 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variable independen. Nilai koefisien determinasi adalah dari nol sampai 1. Semakin kecil nilai  $R^2$ , maka kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen semakin kecil, dan jika nilai  $R^2$  semakin mendekati satu, maka kemampuan variabel independen memberikan informasi untuk menjelaskan variabel dependen semakin besar (Ghozali, 2012).

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 <sup>a</sup>	,514	,768	1,91842

a. Predictors: (Constant), Empaty, Kehandalan, Jaminan, Daya Tanggap, Bukti Fisik

b. Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel R 0,887 artinya besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Hotel Bukit Uhud Syariah, sebesar 0,887. Hal ini menunjukkan keeratan hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati satu selanjutnya. Hasil tersebut juga menunjukkan nilai Adjusted R<sup>2</sup> 0,768% yang artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 76,8%.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya dengan adanya peningkatan Bukti Fisik (*Tangible*). Hasil uji (t) variabel Bukti Fisik (*Tangible*) (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,571 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,976, yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan jika Bukti Fisik (*Tangible*) meningkat akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jadi hipotesis diterima, Bukti Fisik (*Tangible*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.

### **Pengaruh Kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Kehandalan (*Responsibility*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya dengan adanya peningkatan Kehandalan (*Responsibility*). Hasil uji (t) variabel Kehandalan (*Responsibility*) (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,223 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,976, yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan  $0,004 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan jika Kehandalan (*Responsibility*) meningkat akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jadi hipotesis diterima, Kehandalan (*Responsibility*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.

### **Pengaruh Daya Tanggap (*Responsivennes*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Daya Tanggap (*Responsivennes*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya dengan adanya peningkatan Daya Tanggap (*Responsivennes*). Hasil uji (t) variabel Daya Tanggap (*Responsivennes*) (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,423 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,976, yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan jika Daya Tanggap (*Responsivennes*) meningkat akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jadi hipotesis diterima, Daya Tanggap (*Responsivennes*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.

### **Pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya dengan adanya peningkatan Jaminan (*Assurance*). Hasil uji (t) variabel Jaminan (*Assurance*) (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,777 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,976, yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan jika Jaminan (*Assurance*) meningkat akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jadi hipotesis diterima, Jaminan (*Assurance*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.

### **Pengaruh Empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Empati (*Emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya dengan adanya peningkatan Empati (*Emphaty*). Hasil uji (t) variabel Empati (*Emphaty*) (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,391 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,976, yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat

disimpulkan jika Empati (*Emphaty*) meningkat akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jadi hipotesis diterima, Empati (*Emphaty*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah.

## **SIMPULAN**

Dapat disimpulkan hasil analisis menunjukkan bahwa Bukti Fisik (*Tangibles*), Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*) pada penelitian ini berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah. Hal ini dapat diartikan, jika variabel Bukti Fisik (*Tangibles*), Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*) meningkat secara bersama-sama, maka Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah akan mengalami peningkatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Bukti Fisik (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, jika Bukti Fisik meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah akan mengalami peningkatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Reliabilitas (*Reliability*), berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, jika Reliabilitas meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah akan mengalami peningkatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Daya Tanggap (*Responsiveness*), berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Hotel Bukit Uhud Syariah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, jika Daya Tanggap meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah akan mengalami peningkatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, jika Jaminan meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah akan mengalami peningkatan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Empati (*Emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa, jika Empati meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Uhud Syariah akan mengalami peningkatan.

Dari kelima variabel independen yaitu Bukti fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap terbentuknya kepuasan pelanggan, maka dalam peningkatan kualitas pelayanan hotel kedepannya, pihak manajemen Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta harus memperhatikan kelima variabel tersebut, sehingga pencapaian kepuasan pelanggan yang merupakan salah satu tujuan perencanaan pemasaran dapat tercapai. Sehingga semua yang menjadikan kepuasan pelanggan bisa terpenuhi dan pelanggan tentunya akan percaya pada Hotel Bukit Uhud Syariah Yogyakarta bahkan ada kemungkinan akan menjadi pelanggan tetap dan akan merekomendasikan kepada kerabat dan keluarganya yang akan menjadi calon pelanggan selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Bayad Jamal, et al. Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. In: Ali, BJ, Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, AA, Muhamed, AS, Noori, HN, Anwar, G.(2021). *Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. International journal of Engineering, Business and Management*. 2021. p. 65-77.
- Bachri, S., Wahyuningsih, W., & Auriza, M. Z. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Swiss Bel Hotel di Kota Palu. *Persepsi*, 15(2), 37-45.

- Estriyanti, E., & Subkhan, M. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Jasa Hotel (Studi Kasus pada Hotel Pesonna Malioboro Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Hastuti, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3).
- Hilal, N., & Djatola, H. R. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Gethok Tular pada Bank Syariah di Kota Palu. *J-MKLI (Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 2(1), 23-33.
- Irawan, A. C., & Tjahjaningsih, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri Cabang Kendal).
- Iswandi, F. N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Dan Shariah Compliance Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta).
- Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1).
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221-240.
- Metayunika, V., & SANTOSA, S. B. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Dealer Mitsubishi PT Bumen Redja Abadi Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Nadhifah, Dhia. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Syariah di Yogyakarta." (2020).
- Nisa, A. K., & MA, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Syariah di Solo.
- Rahayu, D. R., & Fathoni, A. (2017). Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan hotel (Studi Kasus pada Hotel Gumaya di Semarang). *Journal of Management*, 3(3).
- Rewa, J. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Grand Aquila Bandung. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 576-584.
- Sani, A (2021), Analisis Kualitas Pelayanan Rsud Bangka Tengah. *Bestari*, 1(2), 38-52.