

Kepuasan Pelanggan Hotel Comforta Dumai

Variza aditiya¹, Yulianda sari², Lisa agustin³

^{1,2,3}STIA LANCANG KUNING DUMAI

Email: variza.aditiya@gmail.com¹, ythalinathayandasari@gmail.com², agustinlisa997@gmail.com³

Abstrak

Masalah kurang tercapainya target penjualan pada Hotel Comforta Dumai dan masih tingginya harga produk yang ditawarkan oleh Hotel Comforta Dumai harus menjadi perhatian. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai dan untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai. Sampel pada penelitian ini seluruh karyawan dan pelanggan dengan total responden berjumlah 100 orang, Teknik pengambilan sampel karyawan menggunakan sampling jenuh dan untuk pelanggan menggunakan sampling insidental. Jenis data yaitu data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan angket. Untuk mengolah dan membahas data menggunakan metode statistik deskriptif dan teknik pengukuran menggunakan *Rating Scale*. Hasil penelitian ini diperoleh skor sebesar 3.789 dengan presentase 84,20 %, dengan kategori Puas dan berada pada rentang 3000-4500. Faktor pendukung kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai adalah terdapatnya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan yang menjadi faktor penghambat adalah kurangnya Kesesuaian Harga dan kurangnya Faktor Emosional.

Kata Kunci: *Kepuasan, Pelanggan, Hotel Comforta Dumai*

Abstract

The problem of not achieving sales targets at Hotel Comforta Dumai and the high price of products offered by Hotel Comforta Dumai should be a concern. This descriptive study aims to determine customer satisfaction at Hotel Comforta Dumai and to determine the factors supporting and inhibiting customer satisfaction at Hotel Comforta Dumai. The sample in this study were all employees and customers with a total of 100 respondents. The sampling technique used was saturated sampling for employees and incidental sampling for customers. The types of data are primary data and secondary data with data collection techniques using interviews and questionnaires. To process and discuss data using descriptive statistical methods and measurement techniques using *Rating Scale*. The results of this study obtained a score of 3,789 with a percentage of 84.20%, in the Satisfied category and in the range of 3000-4500. Supporting factors for customer satisfaction at Hotel Comforta Dumai are the presence of product quality and service quality, while the inhibiting factors are the lack of price compatibility and the lack of emotional factors.

Keywords: *Satisfaction, Customers, Hotel Comforta Dumai*

PENDAHULUAN

Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa maka akan merasakan senang serta cenderung kembali menggunakan produk atau jasa yang pernah ia gunakan. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur sebuah pencapaian terhadap pelayanan jasa yang telah diberikan. Tjiptono dan Chandra (2005:349) mendefinisikan kepuasan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Muhmin mendefinisikan kepuasan sebagai keadaan kasih sayang yang positif dihasilkan dari penilaian perusahaan terhadap seluruh aspek dari hubungan bekerjanya dengan perusahaan lain. Kepuasan pelanggan menurut Husein Umar (2005:65) ialah perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan harapannya. Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan mendapat produk atau jasa. Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang bisa senang atau kecewa yang ia rasakan setelah menggunakan suatu produk atau jasa yang kemudian ia bandingkan dengan harapannya.

Dimana menjadi peluang besar bagi perusahaan di bidang jasa untuk membangun sebuah penginapan seperti hotel, tidak hanya menjadikan penginapan sebagai produk yang mereka tawarkan. Selain kamar untuk menginap, hotel juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat membuat para tamu merasakan kenyamanan

saat menginap di hotel tersebut. Ada beberapa hotel yang menjadi tujuan oleh para wisata yang ingin menginap saat berada di kota Dumai, salah satunya ialah Hotel Comforta Dumai. Hotel Comforta merupakan Hotel yang sudah lama ada di Kota Dumai. Hotel ini menempati posisi bintang 3. Hotel ini awalnya didirikan pada bulan September Tahun 1996 dengan nama PT Dumai Royal International Hotel, Kemudian pada bulan Januari 2014 berganti nama menjadi Comforta Hotel (*Operator Choice*) sampai bulan agustus 2017, setelah itu pada bulan September 2017 berganti menjadi Comforta Hotel Dumai sampai saat ini. Selain ada di Kota Dumai, Hotel Comforta juga memiliki cabang di Kota lain yaitu di Kota Tanjung Pinang. Comforta Hotel Dumai terletak tidak jauh dari pelabuhan feri hanya dalam waktu 5 menit menuju Comforta Hotel Dumai dan hanya 15 menit dari bandara Pinang Kampai menuju Comforta Hotel Dumai. Sehingga memudahkan Para pengunjung untuk transit dan menginap di Hotel Comforta Hotel Dumai.

Melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 16 Juni 2020 dengan Bapak Rudi seorang konsumen Hotel Comforta Dumai mengatakan bahwa: "Saya dari Medan, Saya baru pertama kali menginap disini, menurut saya disini harganya lumayan mahal, kalau dibandingkan hotel lain yang pernah saya coba di Dumai, disini juga gak ada barnya" Berdasarkan uraian diatas, penting bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai "Analisis Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai."

METODE

Penelitian deskriptif ini dilakukan di Hotel Comforta Dumai yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman No.58, Kelurahan Dumai Kota, Kecamatan Dumai Kota, Kota Dumai, Provinsi Riau. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah sebagian karyawan Hotel Comforta Dumai dan pengguna jasa dari Hotel Comforta yaitu pelanggan yang telah menjadi tamu Hotel Comforta Dumai. Adapun teknik pengambilan sampel untuk sebagian karyawan dalam penelitian ini menggunakan metode teknik sampling jenuh, Menurut Sugiyono (2007:97), sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam hal ini, penelitian ini akan dilaksanakan ± 20 hari penelitian, dengan satu hari penelitian penulis mengambil sampel 1 hari Penelitian berjumlah 3 orang, sehingga diperoleh jumlah sampel untuk pelanggan ± 60 orang.

Data dikumpulkan dengan kuesioner dan wawancara berupa data primer dan data sekunder. Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan analisa data statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Kemudian pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran *Rating Scale*, Menurut Sugiyono (2007:113), *Rating Scale* merupakan data kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk dapat mengoptimalkan semua yang dapat memenuhi segala kebutuhan dan keinginan pelanggan yang mana bila pelanggan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan sesuai dengan yang diharapkan maka terciptalah kepuasan pada pelanggan, dengan itu sebagai perusahaan yang menjual jasa dan produk maka mulai dari kualitas produk yang ditawarkan, fasilitas, harga yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, serta kemudahan yang diberikan dalam proses penyampaian jasa dilakukan dengan sebaik-baiknya.

Mengingat begitu pentingnya kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan, sudah sepatutnya jika suatu perusahaan memperhatikan aspek-aspek kerja yang berkaitan dalam memenuhi Kepuasan pelanggan. Karena bila pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diberikan maka akan baik bagi perusahaan untuk dapat menjalin kemitraan jangka panjang, Meningkatnya reputasi perusahaan, meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan, juga sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut atau dari jasa yang dinikmati.

Untuk melihat kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai dalam penelitian ini dapat dilihat dari 5 indikator yakni: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya. Kelima indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi 15 sub indikator yang dijelaskan sebagai berikut:
Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dengan adanya fasilitas yang lengkap, serta adanya ciri khas yang membedakan dari produk yang ditawarkan akan memberikan kenyamanan pada pelanggan. Untuk melihat indikator Kualitas Produk dalam tulisan ini, dapat dilihat di bawah ini :

a. Adanya Fasilitas lengkap yang ditawarkan oleh Hotel Comforta.

Yang dimaksud dengan adanya fasilitas lengkap yang ditawarkan oleh Hotel Comforta adalah beragam fasilitas yang dimiliki oleh hotel yang dapat menunjang hotel untuk menarik pelanggan.

b. Adanya Kenyamanan Pelanggan atas produk yang ditawarkan.

Yang dimaksud dengan adanya kenyamanan pelanggan atas produk yang ditawarkan adalah produk yang ditawarkan kepada pelanggan dapat memberikan kenyamanan pada saat digunakan sehingga pelanggan akan merasa puas ketika menggunakan.

c. Adanya Ciri khas yang membedakan produk yang ditawarkan dengan produk dari hotel lain.

Yang dimaksud dengan Adanya Ciri khas yang membedakan produk yang ditawarkan dengan produk dari hotel lain adalah adanya perbedaan khusus yang menjadi ciri khas dari produk yang ditawarkan bila dibandingkan dengan hotel lainnya yang membuat pelanggan tidak dapat menemukan ciri khas ini dari hotel lain.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai terhadap ketiga sub indikator pada indikator Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel V.4 berikut ini :

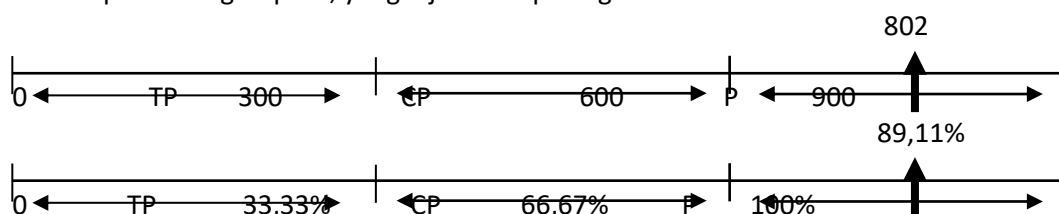
Tabel 1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk Pada Hotel Comforta Dumai

No	Sub Indikator	Skor
1	Kondisi fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Comforta.	279
2	Kenyamanan pelanggan atas produk yang ditawarkan.	266
3	Ciri khas yang membedakan produk yang ditawarkan dengan produk dari hotel lain.	257
Jumlah		802

Sumber Data: Hasil pengolahan data Tahun 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang kualitas produk pada Hotel Comforta Dumai pada sub indikator tentang adanya fasilitas lengkap yang ditawarkan oleh Hotel Comforta skor 279, sub indikator tentang adanya kenyamanan pelanggan atas produk yang ditawarkan dengan skor 266, sub indikator tentang adanya ciri khas yang membedakan produk yang ditawarkan dengan produk dari hotel lain dengan skor 257.

Untuk total skor dan tanggapan responden kualitas produk untuk ketiga sub indikator dengan skor 802 berada pada kategori puas, yang dijelaskan pada garis kontinum di bawah ini:



Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kualitas produk pada Hotel Comforta Dumai mendapatkan skor sebesar 802 (89.11%) yang berada pada rentang antara 600-900 dan berada pada kategori puas.

1. Kualitas Pelayanan

Yang dimaksud dengan Kualitas Pelayanan adalah Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Seperti karyawan yang memberikan jasa sesuai waktu yang ditentukan, karyawan yang mampu merespon keluhan pelanggan, dan karyawan yang mampu memberikan pelayanan cepat dan tepat. Untuk melihat indikator Kualitas Pelayanan dalam tulisan ini, dapat dilihat di bawah ini :

a. Adanya karyawan yang memiliki kemampuan dalam proses pemberian jasa sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Yang dimaksud dengan adanya karyawan yang memiliki kemampuan dalam proses pemberian jasa sesuai dengan waktu yang telah ditentukan adalah kemampuan yang dimiliki karyawan dalam proses pemberian jasa dengan tepat waktu dan tidak membuat pelanggan menunggu.

b. Adanya karyawan yang mampu merespon setiap keluhan para pelanggan.

Yang dimaksud dengan adanya karyawan yang mampu merespon setiap keluhan para pelanggan adalah pada saat pelanggan memberikan keluhan mereka berharap adanya solusi yang dapat diberikan maka dari ini dibutuhkan karyawan yang mampu merespon dengan baik setiap keluhan agar pelanggan tidak merasa terabaikan dan mendapat solusi dari keluhan yang diajukan.

c. Terdapatnya karyawan yang mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.

Yang dimaksud Terdapatnya karyawan yang mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat adalah kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa pada pelanggan dengan cepat dan juga tentunya tepat untuk membuat pelanggan merasa puas saat menerima pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai terhadap ketiga sub indikator pada indikator Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel V.5 berikut ini:

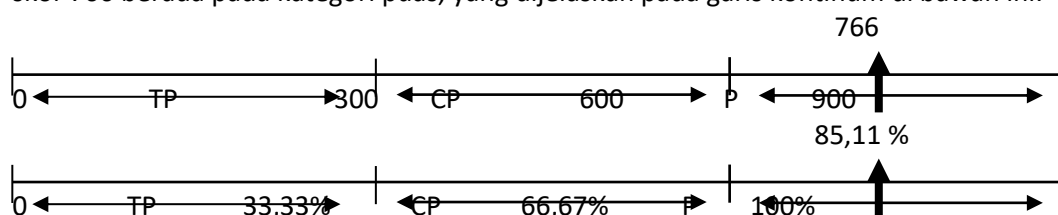
Tabel 2. Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan pada Hotel Comforta Dumai.

No	Sub Indikator	Skor
1	Kemampuan karyawan dalam proses pemberian jasa sesuai waktu yang telah ditentukan.	249
2	Kemampuan karyawan dalam merespon setiap keluhan para pelanggan.	252
3	Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.	265
Jumlah		766

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Tahun 2020

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang kualitas pelayanan pada Hotel Comforta Dumai pada sub indikator tentang adanya karyawan yang memiliki kemampuan dalam proses pemberian jasa sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan skor 249, sub indikator adanya karyawan yang mampu merespon setiap keluhan para pelanggan dengan skor 252, sub indikator terdapatnya karyawan yang mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat dengan skor 265.

Untuk total skor dan tanggapan responden tentang kualitas pelayanan untuk ketiga sub indikator dengan skor 766 berada pada kategori puas, yang dijelaskan pada garis kontinum di bawah ini:



Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kualitas produk pada Hotel Comforta Dumai mendapatkan skor sebesar 766 (85.11%) yang berada pada rentang antara 600-900 dan berada pada kategori puas.

2. Emosional

Yang dimaksud Emosional adalah pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan dari produk tetapi sosial *atau self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu, hal ini juga bisa karena karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan membuat pelanggan ingin kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Untuk melihat indikator Emosional dalam tulisan ini, dapat dilihat di bawah ini :

- a. Adanya rasa kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk yang ditawarkan.

Yang dimaksud adanya rasa kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk yang ditawarkan adalah perasaan pelanggan pada saat setelah menggunakan produk yang di tawarkan sesuai dengan harapan yang pelanggan inginkan pada saat belum menggunakan produk tersebut.

- b. Adanya karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan atas produk yang ditawarkan.

Yang dimaksud adanya karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan atas produk yang ditawarkan adalah karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

- c. Adanya keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan.

Yang dimaksud dengan adanya keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan adalah keadaan dimana pelanggan merasa puas dengan apa yang ia rasakan pada saat menggunakan produk yang ditawarkan sehingga ingin menggunakan produk itu kembali karena sudah merasa produk ini sesuai untuknya.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Emosional pada Hotel Comforta Dumai terhadap ketiga sub indikator pada indikator Emosional dapat dilihat pada tabel V.6 berikut ini:

Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Emosional Pada Hotel Comforta Dumai.

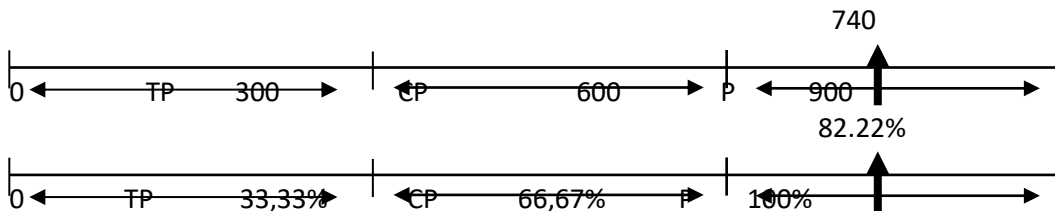
No	Sub Indikator	Skor
1	Rasa kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk yang ditawarkan.	256

2	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan atas produk yang ditawarkan.	243
3	Keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan.	241
Jumlah		740

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Tahun 2020

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang emosional pada Hotel Comforta Dumai pada sub indikator tentang adanya rasa kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk yang ditawarkan dengan skor 256, sub indikator adanya karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan atas produk yang ditawarkan dengan skor 243, sub indikator adanya keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan dengan skor 241.

Untuk total skor dan tanggapan responden tentang emosional untuk ketiga sub indikator dengan skor 740 berada pada kategori puas, yang dijelaskan pada garis kontinum di bawah ini:



Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat diketahui bahwa untuk indikator emosional pada Hotel Comforta Dumai mendapatkan skor sebesar 740 (82.22%) yang berada pada rentang antara 600-900 dan berada pada kategori puas.

3. Harga

Yang dimaksud Harga yaitu Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan, dengan berbagai variasi harga dan promosi khusus serta pemberian diskon membuat pelanggan menjadi tertarik untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Untuk melihat indikator Harga dalam tulisan ini, dapat dilihat di bawah ini :

- Adanya berbagai macam variasi harga yang ditawarkan terhadap setiap produk.

Yang dimaksud Adanya berbagai macam variasi harga yang ditawarkan terhadap setiap produk adalah adanya perbedaan harga atau tingkatan harga yang ditawarkan pada setiap produk.

- Adanya promosi khusus yang diberikan kepada pelanggan.

Yang dimaksud adanya promosi khusus yang diberikan kepada pelanggan adalah pemberian harga khusus kepada para pelanggan yang telah melakukan pembelian produk setelah berulang-ulang.

- Adanya diskon yang di berikan pada bulan-bulan tertentu.

Yang dimaksud adanya diskon yang di berikan pada bulan-bulan tertentu adalah pemberian diskon yang dilakukan oleh hotel untuk menarik pelanggan pada bulan-bulan tertentu.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai terhadap ketiga sub indikator pada indikator Harga dapat dilihat pada tabel V.7 berikut ini :

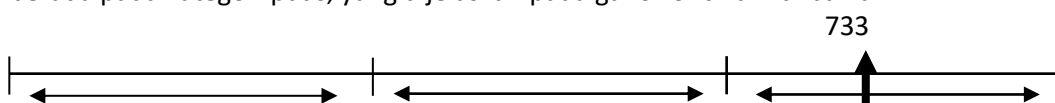
Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Harga Pada Hotel Comforta Dumai.

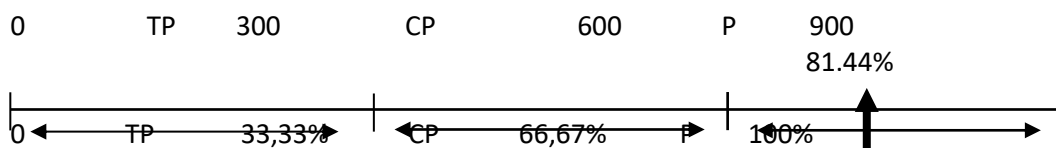
No	Sub Indikator	Skor
1	Berbagai variasi harga yang ditawarkan pada setiap produk.	241
2	Promosi khusus yang diberikan terhadap pelanggan	243
3	Diskon yang diberikan pada bulan-bulan tertentu.	249
Jumlah		733

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Tahun 2020

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang Harga pada Hotel Comforta Dumai pada sub indikator adanya berbagai macam variasi harga yang ditawarkan terhadap setiap produk dengan skor 241, sub indikator adanya promosi khusus yang diberikan kepada pelanggan dengan skor 243, sub indikator adanya diskon yang di berikan pada bulan-bulan tertentu dengan skor 249.

Untuk total skor dan tanggapan responden tentang Harga untuk ketiga sub indikator dengan skor 733 berada pada kategori puas, yang dijelaskan pada garis kontinum di bawah ini:





Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat diketahui bahwa untuk indikator Harga pada Hotel Comforta Dumai mendapatkan skor sebesar 733 (81,44%) yang berada pada rentang antara 600-900 dan berada pada kategori puas.

4. Biaya

Yang dimaksud Biaya yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, mendapatkan produk tambahan tanpa menambah biaya, mendapatkan rincian biaya yang mudah dipahami serta dapat menggunakan fasilitas tanpa mengeluarkan biaya lagi, membuat pelanggan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Untuk melihat indikator Biaya dalam tulisan ini, dapat dilihat di bawah ini :

- a. Adanya produk tambahan lain yang ditawarkan tanpa menambah harga produk.

Yang dimaksud adanya produk tambahan lain yang ditawarkan tanpa menambah harga produk adalah adanya tambahan lain yang diberikan oleh pihak Hotel pada saat pembelian produk tanpa adanya tambahan harga lagi.

- b. Adanya rincian biaya yang mudah dipahami Pelanggan.

Yang dimaksud adanya rincian biaya yang mudah dipahami Pelanggan adalah kemudahan yang diberikan oleh pihak hotel dalam merincikan biaya sehingga pelanggan tidak sulit memahami rincian biaya yang mereka terima.

- c. Adanya fasilitas yang dapat digunakan tanpa menambah biaya.

Yang dimaksud Adanya fasilitas yang dapat digunakan tanpa menambah biaya adalah adanya fasilitas yang dapat digunakan oleh para pelanggan tanpa perlu menambah biaya lagi.

Selanjutnya untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai terhadap ketiga sub indikator pada indikator Biaya dapat dilihat pada tabel V.8 berikut ini :

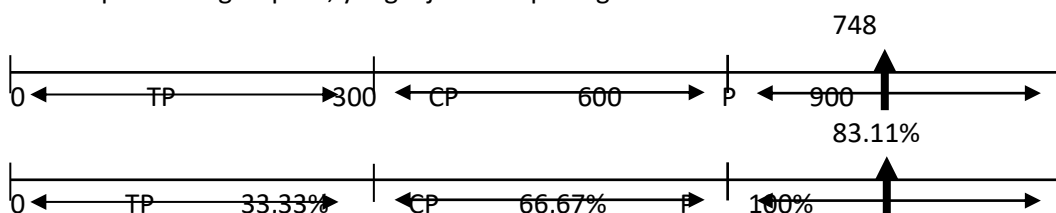
Tabel 5 .Tanggapan Responden Mengenai Biaya Pada Hotel Comforta Dumai

No	Sub Indikator	Skor
1	Produk tambahan lain yang ditawarkan tanpa perlu menambah harga produk.	238
2	Rincian biaya yang mudah dipahami oleh pelanggan.	263
3	Fasilitas yang dapat digunakan tanpa tambahan biaya.	247
Jumlah		748

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Tahun 2020

Dari tabel V.8 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden Biaya pada Hotel Comforta Dumai pada sub indikator tentang adanya produk tambahan lain yang ditawarkan tanpa menambah harga produk dengan skor 238 , sub indikator adanya rincian biaya yang mudah dipahami pelanggan dengan skor 263 , sub indikator adanya fasilitas yang dapat digunakan tanpa menambah biaya dengan skor 247.

Untuk total skor dan tanggapan responden tentang Harga untuk ketiga sub indikator dengan skor 748 berada pada kategori puas, yang dijelaskan pada garis kontinum di bawah ini:



Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat diketahui bahwa untuk indikator biaya pada Hotel Comforta Dumai mendapatkan skor sebesar 748 (83.11 %) yang berada pada rentang antara 600-900 dan berada pada kategori puas.

Selanjutnya untuk mengetahui secara jelas Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yang dilihat melalui lima indikator, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga dan Biaya dapat diketahui melalui rekapitulasi yang disajikan dalam rekapitulasi data pada tabel berikut ini :

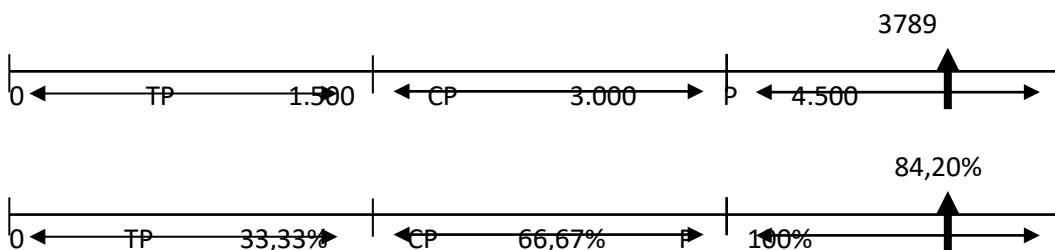
Tabel 6, Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Comforta Dumai.

No	Indikator	Jumlah Skor
1.	Kualitas Produk	802
2.	Kualitas Pelayanan	766
3.	Emosional	740
4.	Harga	733
5.	Biaya	748
Total Skor		3.789

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Tahun 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi responden diatas dapat disimpulkan bahwa analisis Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Comforta Dumai dapat dilihat bahwa dalam penelitian yang dilakukan terhadap lima indikator Kepuasan Pelanggan yaitu kualitas produk diperoleh skor sebanyak 802, kualitas pelayanan diperoleh skor 766, emosional diperoleh skor sebanyak 740, harga diperoleh skor sebanyak 733, biaya diperoleh skor sebanyak 748. Dari 5 indikator jawaban responden diatas diperoleh total skor sebanyak 3789.

Selanjutnya secara kontinum untuk rekapitulasi tanggapan responden secara keseluruhan dapat dilihat secara kontinum sebagai berikut:



Jadi berdasarkan garis kontinum diatas dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai dilihat dari lima indikator diatas, berada pada kategori Puas dengan total skor 3.789 (84,20%) berada pada rentang 3000-4500.

SIMPULAN

Analisis kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai diperoleh tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan yang diukur melalui indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya mendapat nilai skor 3.789 dengan persentase 84,20% berada pada kategori puas. Faktor pendukung Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yaitu terdapatnya kualitas produk yang di tawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan, sedangkan faktor penghambat kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yaitu kurangnya variasi pada harga produk yang ditawarkan dan kurangnya fasilitas dan tambahan produk yang diberikan maupun yang dapat digunakan tanpa menambah biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, dan Ismanto. 2014, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Gava Media, Yogyakarta.
- Kirom, Bahrul. 2012, *Mengukur Kinerja Pelayanan & Kepuasan Konsumen*, Pustaka Reka Cipta, Bandung.
- Lovelock, Crishtopher, H, dan Lauren K Wright. ,2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014 , *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. , *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A., 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Shinta, Agustina. 2010. *Manajemen Pemasaran*, UB Press, Malang, 2010.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi. Edisi Revisi*. Cetakan ke 15, Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2011. *Perilaku Konsumen*, PT Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta, 2006.
- Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiadi. 2017, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Umar, Husein. 2005, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT Gramedia. Jakarta.

