

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL BATUNG BATULIS BANJARMASIN**

**Irmila Hijriani, 2019, Pembimbing I : Khuzaini, Pembimbing II : Azahraty**

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, NPM 16310451  
Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, NIDN1102086701  
Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, NIDN 1128027001  
E-mail : [irmila.hijriani98@gmail.com](mailto:irmila.hijriani98@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Batung Batulis Banjarmasin, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 40 responden dengan menggunakan rumus Hair. Pengumpulan data diambil dengan menggunakan beberapa teknik yaitu Observasi, Wawancara, dan Kuesioner dengan menggunakan skala likert. Alat analisis statistik yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian didapatkan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan  $t_{hitung} 0,541 > t_{tabel} 0,3120$ , variabel citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan  $t_{hitung} 1,768 > t_{tabel} 0,3120$ , variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dengan  $F_{hitung} 8,433 > F_{tabel} 3,25$ . Hasil pengujian selanjutnya berdasarkan Koefisien Determinasi didapatkan hasil pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan hasil regresi adalah sebesar 0,276 atau 27,6%.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen.*

### **ABSTRACT**

This study aims to determine and analyze the Effect of Service Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction in Batulis Batulis Hotel in Banjarmasin, this type of research is quantitative research. Samples taken as many as 40 respondents using the Hair formula. Data collection was taken using several techniques namely Observation, Interview, and Questionnaire using a Likert scale. The statistical analysis tool used is multiple linear analysis using SPSS version 23 application.

Based on the calculation and testing results obtained service quality variables have a positive and not significant effect on customer satisfaction with  $t_{count} 0,541 > t_{table} 0,3120$ , brand image variables have a positive and significant effect on customer satisfaction with  $t_{count} 1,768 > t_{table} 0,3120$ , service quality variables and brand image simultaneously influence consumer satisfaction with  $F_{count} 8,433 > F_{table} 3,25$ . Further test results based on the Determination Coefficient obtained partially the effect of service quality and brand image on consumer satisfaction with regression results of 0,276 or 27,6%.

**Keywords :** *Service Quality, Brand Image, Costumer Satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata telah menjadi salah satu industri besar di dunia. Industri pariwisata di Indonesia kini kian berkembang seperti kota Banjarmasin yang terdapat di Propinsi Kalimantan Selatan yang memiliki julukan seribu sungai. Dengan adanya perkembangan pariwisata yang terjadi di wilayah Banjarmasin mendorong pelaku industri perhotelan juga ikut berpartisipasi dalam penyediaan sarana pelengkap untuk wisatawan. Perhotelan sebagai sarana akomodasi yang merupakan kebutuhan vital para pelancong sebagai fasilitas yang menyediakan jasa penginapan, layanan makan dan minum serta fasilitas lain sebagai pelengkap perjalanan wisata. Pariwisata dan perhotelan sangat erat kaitannya dalam memajukan pariwisata di Indonesia.

Menurut Menteri Perhubungan, hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum (SK.Menhub.RI.No.PM 10/PW.391/PHB-77), sedangkan menurut AHMA (*American Hotel and Motel Associations*), hotel adalah suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan, dan minuman, serta pelayanan lainnya, untuk disewakan bagi para tamu atau orang-orang yang tinggal sementara waktu. Seiring dengan perkembangan tersebut maka jika sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, sekarang sudah mengalami perkembangan. Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta dan restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staf atau karyawan hotel dalam melayani pelanggannya (Chen, 2007).

Hotel banyak dijumpai di berbagai tempat, baik di sejumlah daerah tujuan wisata maupun di kota-kota besar. Jasa-jasa yang dapat ditawarkan dalam bidang perhotelan, diantaranya fasilitas penyediaan atau penyewaan kamar, fasilitas penyediaan ruang konferensi dan sebagainya. Pada

dasarnya, jasa pelayanan hotel sudah dinikmati pada saat melakukan registrasi, ketika menginap di kamar, makan dan minum di restoran, atau ketika konsumen tersebut mengikuti acara seminar, rapat dan kegiatan lainnya (Buchori, 2006). Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari setiap bisnis. Kualitas ini diberikan kepada konsumen untuk memenuhi ekspektasi konsumen dengan menyediakan produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga (Thio, 2001).

Kotler dan Keller (2009:177) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Tjiptono (2005:360) mengemukakan terdapat empat metode dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu melalui sistem keluhan, ghost shopping, lost customer analysis, dan survey kepuasan pelanggan.

Konsumen yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang dirasakan, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. Memberikan pelayanan yang maksimal diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmawati dan Wahyuddin, 2004).

Untuk dapat meraih kepuasan pelanggan, perusahaan perlu meningkatkan beberapa aspek dalam perusahaannya. Salah satu aspek tersebut yaitu meningkatkan citra dari mereka mereka. Menurut Kotler dan Keller (2009:258) "Merek adalah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing". Sementara itu Citra Merek didefinisikan sebagai pandangan atau penilaian oleh setiap individu tentang suatu produk atau merek. Menurut Shimp (2003:12) Citra Merek merupakan persepsi yang dimiliki oleh konsumen mengenai suatu merek tertentu.

Citra Merek berhubungan dengan sikap tentang keyakinan terhadap suatu merek dan membantu mempresentasikan persepsi dari informasi terhadap merek itu sendiri. Menurut penelitian Ridho (2017) menyatakan bahwa Citra Merek suatu perusahaan berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.

Banjarmasin adalah salah satu kota yang tidak lepas dari kunjungan wisatawan baik untuk berlibur ataupun untuk urusan bisnis yang menyediakan banyak fasilitas penginapan atau akomodasi. Kunjungan wisatawan di kota Banjarmasin tiap tahunnya selalu meningkat hal ini dikarenakan adanya hari-hari besar, libur nasional dan acara-acara yang sering diadakan di Siring Nol Kilometer kota Banjarmasin.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Batung Batulis Banjarmasin”**.

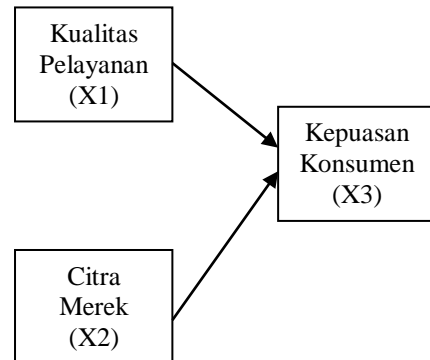
#### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

#### Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digambarkan seperti gambar di bawah ini :

**Gambar 1**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Keterangan :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra merek.
2. Variabel Bebas (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

#### Hipotesis

- H<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.
- H<sub>2</sub> : Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.
- H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

#### Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah metode survey. Dengan metode ini data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden atas daftar pertanyaan yang peneliti ajukan melalui pengisian daftar pertanyaan (kuesioner) kepada sejumlah responden.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, bermaksud untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis dan sekaligus melakukan eksplanasi terhadap beberapa variabel. Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan menganalisis

hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi dalam penelitian yaitu konsumen yang telah menginap di Hotel Batung Batulis Banjarmasin. Sedangkan penentuan jumlah sampel menurut Hair (1995), yang memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan representatif adalah tergantung pada jumlah variabel dikalikan 15 sampai dengan 20. Dengan demikian, sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel independen sebanyak 2 adalah  $2 \times 20 = 40$  orang. Dalam penelitian ini akan digunakan jumlah sampel dari Hair sebesar 40 responden. Untuk mendapatkan estimasi dan interpretasi yang baik dari penelitian ini maka sampel yang diteliti ditetapkan sebanyak 40 responden. Dari perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam perhitungan ini adalah 40 responden konsumen yang telah menginap di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

Metode pengumpulan data diambil dengan menggunakan beberapa teknik yaitu Observasi, Wawancara, dan Kuesioner dengan menggunakan skala likert dengan klasifikasi Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Cukup Setuju (CS) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 yang diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil Pengujian Data dan Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan dengan cara uji validitas dan uji reliabilitas. Kuesioner variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berjumlah 7 item kuesioner, citra merek ( $X_2$ ) berjumlah 4 item kuesioner, dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) berjumlah 3 item kuesioner.

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal daerah, penghasilan, tujuan menginap, dan pertama kali mengenal Hotel Batung Batulis

Banjarmasin. Karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden**

Jenis Kelamin		
	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	21	52,5
Perempuan	19	47,5
Jumlah	40	100
Usia		
Kurang dari 30 tahun	9	22,5
31 – 40 tahun	15	37,5
41 – 50 tahun	12	30
51 – 60 tahun	3	7,5
Di atas 60 tahun	1	2,5
Total	40	100
Pekerjaan		
Pegawai Negeri / BUMN	12	30
Pegawai swasta	15	37,5
Wiraswasta / Pengusaha	7	17,5
Pelajar / Mahasiswa	3	7,5
Lainnya	3	7,5
Total	40	100
Asal Daerah		
Asli Banjarmasin	8	20
Dari luar Banjarmasin	32	80
Total	40	100
Penghasilan		
Kurang dari 1 juta	4	10
1 – 3 juta	8	20
3 – 5 juta	13	32,5
5 – 10 juta	9	22,5
10 – 20 juta	5	12,5
Di atas 20 juta	1	2,5
Total	40	100

Tujuan Menginap		
Berlibur	7	17,5
Dinas	13	32,5
Bisnis	12	30
Lainnya	8	20
Total	40	100
Pertama Kali Mengenal Hotel Batung Batulis Banjarmasin		
Keluarga / Saudara	13	32,5
Relasi / Teman	25	62,5
Biro Perjalanan	2	5
Iklan Media Massa	0	0
Lainnya	0	0
Total	40	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 40 responden yang merupakan konsumen Hotel Batung Batulis Banjarmasin, yang terdiri dari (52,5%) responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki, mayoritas usia responden 31 – 40 tahun (37,5%), mayoritas pekerjaan responden pegawai swasta (37,5%), mayoritas asal daerah responden dari luar Banjarmasin (80%), mayoritas penghasilan responden 3-5 juta (32,5%), mayoritas tujuan menginap yaitu dinas (32,5%), dan mayoritas pertama kali mengenal Hotel Batung Batulis Banjarmasin dari relasi/teman (62,5%).

#### Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan korelasi *Product Moment* atau  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel dengan derajat bebas sebesar 38 ( $n-2$ ) dan pada taraf signifikansi 0,05 (uji dua sisi) adalah 0,3120. Berikut merupakan hasil validitas :

**Tabel 2**  
**Uji Validitas**

Kualitas Pelayanan (X1)			
X1.1	0,720	0,312	Valid
X1.2	0,813	0,312	Valid
X1.3	0,872	0,312	Valid
X1.4	0,831	0,312	Valid
X1.5	0,776	0,312	Valid
X1.6	0,873	0,312	Valid
X1.7	0,888	0,312	Valid

X1.8	0,873	0,312	Valid
X1.9	0,830	0,312	Valid
X1.10	0,780	0,312	Valid
Citra Merek (X2)			
X2.1	0,756	0,312	Valid
X2.2	0,906	0,312	Valid
X2.3	0,915	0,312	Valid
X2.4	0,867	0,312	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
Y1.1	0,715	0,312	Valid
Y1.2	0,874	0,312	Valid
Y3.3	0,789	0,312	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *Alfa Crancnach*. Apabila nilai koefisien reliabilitas *Alfa Crancnach* lebih besar dari 0,6 maka instrument penelitian dianggap reliabel.

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan	Kriteria
Kualitas Pelayanan	0,784	Reliabel	Tinggi
Citra Merek	0,831	Reliabel	Sangat Tinggi
Kepuasan Konsumen	0,824	Reliabel	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

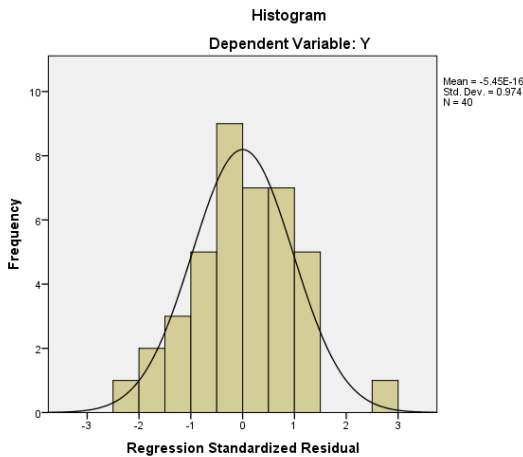
#### Hasil Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan menggunakan analisis grafik (histogram dan diagram normal P-P *Plot Regression Standardied*) dan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas dengan analisis grafik histogram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

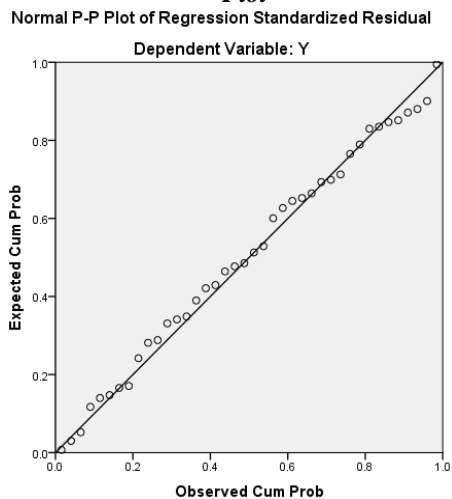
**Gambar 2**  
Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Cara lain untuk menguji normalitas dengan analisis grafik adalah dengan melihat diagram Normal P-P *Plot Regression Standardied* yaitu sebagai berikut :

**Gambar 3**  
Uji Normalitas dengan *Normal Probability Plot*



Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Uji kedua yaitu uji Kolmogorov Smirnov dengan melihat pada tabel berikut :

**Tabel 4**  
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,49618783
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,055
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat *tolerance value* atau dengan *variance inflation factor (VIF)* dan hasil analisis regresi. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF <10, maka tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hasil ujia multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5**  
Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,298	3,361
Citra Merek	,298	3,361

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

**Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,108	,607		,178	,860
Kualitas Pelayanan	,015	,034	,128	,447	,658
Citra Merek	,051	,077	,190	,664	,511

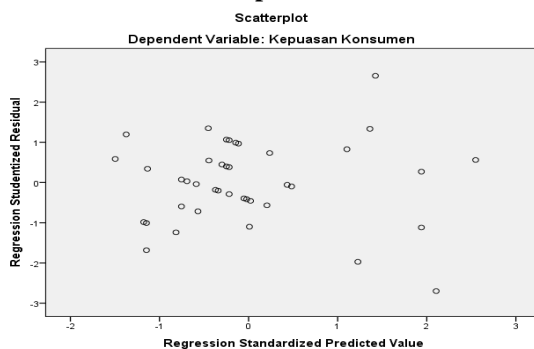
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi untuk masing-masing variabel adalah sebesar 0,658 dan 0,511. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

**Gambar 4**  
**Uji Heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot**



Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Hasil uji di atas menunjukkan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. demikian disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Pengaruh

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan citra merek ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Hasil perhitungan persamaan regresi dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta		Tolerance
1 (Constant)	4,076	1,031		3,955	,000
Kualitas Pelayanan	,031	,057	,135	,541	,592
					,298
					3,361

an							
Citra Merek	,230	,130	,42	1,78	,085	,298	3,361

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda maka dapat dihasilkan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,076 + 0,31 (X_1) + 0,230 (X_2)$$

#### Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menjelaskan bahwa proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel X) secara bersama-sama. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan citra merek (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada hasil uji koefisien determinasi di bawah ini :

**Tabel 8**  
**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.560 <sup>a</sup>	.313	.276	1.536

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,276 atau sebesar 27,6%. Hal ini berarti bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan citra merek sebesar 27,6%, dimana bisa disebut cukup rendah karena kurang dari 50% karena tidak adanya hubungan yang erat antara variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### Uji Hipotesis

##### Uji t (parsial)

Adapun hasil uji t secara parsial dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4,076	1,031		3,955	,000
Kualitas Pelayanan	,031	,057	,135	,541	,592
Citra Merek	,230	,130	,442	1,768	,085

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,541. Dan dikatakan tidak signifikan karena nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,592 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0,05 dan nilai t hitung sebesar 0,541 lebih besar dari nilai t tabel 0,3120. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t untuk variabel kepuasan konsumen adalah positif sebesar 1,768. Dikatakan signifikan dari variabel citra merek adalah sebesar 0,085 lebih besar dari



nilai  $\alpha$  0,05 dan nilai  $t$  hitung sebesar 1,768 lebih besar dari nilai  $t$  tabel 0,3120. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.

#### Uji F (Simultan)

Adapun hasil uji F secara simultan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 10**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sign.
1 Regression	39,795	2	19,898	8,433	0,006
Residual	87,305	37	2,360		
Total	127,100	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra merek memiliki hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan berdasarkan perbandingan  $F_{hitung}$  8,433 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,25 dengan demikian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima yaitu kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

#### PEMBAHASAN

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,31 yang menunjukkan hubungan positif atau searah dengan kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin. Artinya apabila nilai kualitas pelayanan meningkat 0,31, maka kepuasan konsumen tersebut juga akan meningkat sebesar 0,31.

Sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki hasil tidak signifikan  $0,592 > 0,05$  dan diperoleh  $t$  hitung pada penelitian ini sebesar 0,541 yang nilainya lebih besar dari  $t$  tabel yaitu sebesar 3,120. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

Hasil penelitian ini tidak sejalan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Bina Pratama, dkk. menyatakan bahwa variabel citra merek dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

##### 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen

Koefisien regresi variabel citra merek adalah sebesar 0,230 yang menunjukkan hubungan positif atau searah dengan kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin. Artinya apabila nilai citra merek meningkat 0,230, maka kepuasan konsumen tersebut juga akan meningkat sebesar 0,230.

Sedangkan variabel citra merek memiliki hasil signifikan  $0,085 > 0,05$  dan diperoleh  $t$  hitung pada penelitian ini sebesar 1,768 yang nilainya lebih besar dari  $t$  tabel yaitu sebesar 3,120. Maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Bina Pratama, dkk. menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

##### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji F pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan dan citra merek adalah sebesar 0,006 dan nilai  $F$  hitung sebesar 8,433. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Hotel Batung Batulis Banjarmasin.

Hasil uji *Adjusted R<sup>2</sup>* pada penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,276 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 27,6% sedangkan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### KESIMPULAN

1. Berdasarkan Uji t bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan Uji t bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan Uji F, ternyata hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas pelayanan dan citra merek) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Angga, Ignatius. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Baetie, Destiana. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Propinsi Sumatera Utara*. Jurnal. Universitas Riau. Riau.
- Farida, Rida. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Tamu Faba Hotel Bandung)*. Skripsi. Universitas Pasundan. Bandung.
- Galang, Ghalih, dkk. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride*. Jurnal. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hotdamina, Putry. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Angkutan Kereta Api Pada PT. Kereta Api (PERSERO) Cabang Medan*. Skripsi. Universitas Medan Area. Medan.
- Komang, I. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griya Sunset Kuta*. Jurnal. Universitas Udayana. Bali.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, edisi ketiga belas, jilid ke-satu*. PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2012. *Kepuasan Konsumen*. Penerbit Erlangga. Bandung.
- Lasander, Christian. 2013. *Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional*. Jurnal. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Lukita, Andreas. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap Pada Hotel Duta Di Lampung Utara*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Megayu, Respati. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Pramata, Bina, dkk. 2016. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Hotel Pangeran Beach Padang*. Jurnal. Universitas Bung Hatta. Padang.
- Suherman, William. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Kopo Bandung*.

Skripsi. Universitas Kristen  
Maranatha. Bandung.

Wijayanti, Ari. 2009. *Analisis Segmentasi  
Pasar Hotel Augusta Sukabumi*.  
Skripsi. Institut Pertanian  
Bogor. Bogor.

