

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA CAMBRIDGE HOTEL
MEDAN**

SKRIPSI

**OLEH :
ANGGI FAKHRULLAH LUBIS
NPM : 16.832.0153**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area


Document Accepted 28/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)28/12/21


HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Cambridge Hotel Medan
Nama : Anggi Fakhrollah Lubis
Npm : 168320153
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


(Dr. Wan Suryani, SE, M.Si)
Pembimbing

Mengetahui


(Dr. Hisan Effendi, M.Si)
Dekan


(Wan Rizca Amelia, SE, M.Si)
K.a Prodi Manajemen

Tanggal lulus: 02/06/2021

PERNYATAAN HALAMAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cambridge Hotel Medan” adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Semua sumber data dan informasi telah dinyatakan jelas, benar apa adanya.

Medan, 02 Juni 2021



Anggi Fakghrullah Lubis
16.832.0153

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Fakhrollah Lubis

NPM : 168320153

Program Studi : Ekonomi & Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusif royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cambridge Hotel Medan*, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 2 Juni 2021



Anggi Fakhrollah Lubis

168320153

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cambridge Hotel Medan

Oleh
Anggi Fakhruallah Lubis
16.832.0153

Hotel merupakan badan usaha akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman dan jasa lainnya. Dalam hotel, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu, pemilihan lokasi juga berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada pelanggan. Pemilihan lokasi hotel yang strategis akan memudahkan akses pelanggan terhadap hotel. Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan asosiatif dalam mengetahui pengaruh satu sama lain. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 98 orang respon yang mana pernah menginap di hotel ini. Teknik pengambilann sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memperoleh bahwa secara simultan, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelangga serta secara partial, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Simpulan dalam penelitan ini diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

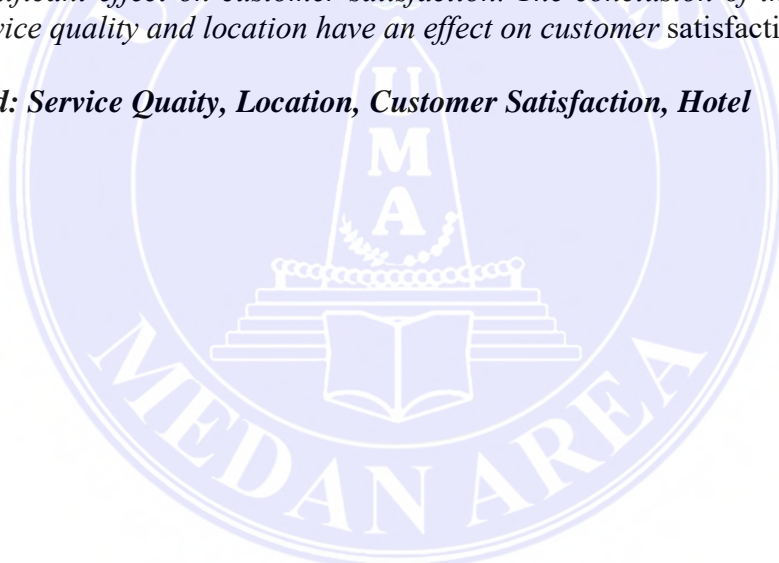
Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Hotel*

ABSTRACT

The Effect of Service Quality and Location On Customer Satisfaction At Cambridge Hotel

Hotels are accommodation business entities that provide lodging services, food and beverages and other services. In hotels, service quality is an important factor in maintaining customer satisfaction. In addition, choosing a location is also related to how services are delivered to customers. Selection of a strategic hotel location will facilitate customer access to the hotel. In this study, using an associative approach in determining the influence of one another. In this study, using a sample of 98 respondents who had stayed at this hotel. The sampling technique used was random sampling. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that simultaneously, service quality and location have a positive and significant effect on customer satisfaction and partially, location and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this research is that service quality and location have an effect on customer satisfaction.

Keyword: Service Quality, Location, Customer Satisfaction, Hotel



KATA PENGANTAR

Dengan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. adapun judul dari penelitian ini adalah -Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cambridge Hotel Medan. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda dan Ibu tercinta atas dukungan, do'a dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. Dan kepada kakak dan adik sertakeluarga semuanya yang telah mendukung dan memberi do'a untuk saya dalam penyusunan skripsi ini kemudian tidaklah berlebihan apabila peneliti mengutarakan banyak terima kasih kepada yang terhormat.

1. Kedua Orangtua saya H. Abdullah Lubis, SE dan Rahmawati Tanjung, serta kedua kakak dan adik saya terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan nasehat-nasehat yang diberikan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, Msc, Selaku Rektor Universitas Medan Area

3. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, MSi, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si, Selaku Prodi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, MSi, Selaku Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing peneliti dalam menyelesaikan tulisan ini.
6. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si, Selaku Pembimbing yang telah memberikan masukan, saran serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si, Selaku Sekretaris yang juga telah bersedia meluangkan waktunya untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Buat satu orang terdekatku, terimakasih banyak atas selama ini telah memberi semangat, nasehat-nasehat, dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku, terimakasih selama ini telah mengisi dan saling mendukung segala duka dan cita di perkuliahan.
10. Teman-teman Manajemen stambuk 2016 dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala

bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk
perbaikan penelitian selanjutnya.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kualitas Pelayanan	7
2.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan	8
2.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	9
2.2. Lokasi	11
2.2.1. Pengertian Lokasi.....	11
2.2.2. Faktor-faktor Pemilihan Lokasi	12
2.2.3. Indikator Lokasi	12
2.3. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3.1. Defenisi Kepuasan Pelanggan	13
2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan ..	14
2.3.3. Faktor-faktor dalam Menentukan Kepuasan Pelanggan.	15
2.3.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspektasi	16
2.3.5. Indikator Kepuasan Pelanggan	18
2.4. Penelitian Terdahulu.....	20
2.5. Kerangka Konseptual	22
2.6. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3. Definisi Operasional Variabel	27
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Teknik Analisa Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	35
4.2. Hasil Jawaban Responden	36
4.2.1. Karakteristik Identitas Responden.....	36
4.2.2. Frekuensi Jawaban Responden.....	37
4.3. Hasil Uji Kualitas Data.....	42

4.3.1. Hasil Uji Validasi	42
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	43
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	44
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	44
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	45
4.5. Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda.....	47
4.5.2 Hasil Uji F	48
4.5.3 Hasil Uji t.....	49
4.5.4 Hasil Koefisien Determinasi	50
4.6. Pembahasan	51
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
4.6.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1. kesimpulan	53
5.2. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket	30
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden.....	36
Tabel 4.2 Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.3 Tabulasi Data Responden Variabel Lokasi	39
Tabel 4.4 Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan.....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	49
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Scatterplot..... 46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Jawaban Responden	61
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	71



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel. Perkembangan jumlah hotel di kota Medan juga sangat pesat, dan menimbulkan persaingan perhotelan di Medan menjadi sangat ketat.

Hotel banyak dijumpai di perkotaan. Terutama di tempat-tempat yang dekat bandara, terminal, stasiun besar, dan pusat-pusat keramaian yang ada di kota, dimana tempat-tempat seperti itu sering dijadikan lalulintas oleh orang-orang yang sedang dalam perjalanan, travel, dan mereka yang tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Klasifikasi hotel dapat dibedakan berdasarkan kualitas bangunan, fasilitas, dan kualitas pelayanan (*service*). Cambridge Hotel Medan merupakan kelas hotel berbintang lima dengan menggunakan bangunan yang mewah.

Adapun cara untuk memenangkan persaingan dalam merebut perhatian dari pelanggan salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan, agar para tamu puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama.

Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada konsumen dapat menyelamatkan hidangan atau makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk (Orlio, 2005). Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (2013) Lokasi berhubungan dengan sistem penyampaian dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi Hotel yang strategis akan memudahkan pelanggan untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan.

Menurut Heizer (2009) lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsive terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Cambridge Hotel Medan ini yang berlokasi di pusat kota, persisnya di Jalan S. Parman 217 Medan 20152 Sumatra Utara dari tahun ketahun selalu mempunyai ide kreatif dan melakukan inovasi baru. Cambridge Hotel Medan merupakan salah

satu hotel yang terletak di kota Medan. Pada awal mulanya Cambridge Hotel Medan dirancang untuk sebuah apartemen namun owner melihat dari segi situasi dan peluang bisnis maka owner dan pihak manajemen memutuskan untuk membangun sebuah hotel berbintang 5 di kota Medan.

Cambridge Hotel Medan didirikan pada tahun 2004 yang memiliki 242 kamar yang dirancang dengan desain minimalis modern, dilengkapi dengan berbagai fasilitas demi kenyamanan tamu. Ada beberapa fasilitas Cambridge Hotel Medan diantaranya memiliki spa dengan layanan lengkap, kolam renang diluar ruangan, dan klub kesehatan. Akses gratis internet nirkabel dan kabel kecepatan tinggi tersedia di tempat umum dan saluran internet ada di lokasi.

Tak hanya berlokasi di pusat kota Medan, hotel yang memiliki akses keberbagaia macam hiburan kota ini tidak berdiri sendiri. Kehadiran Cambridge *Condominium* dan Cambridge City Square menjadikan area hotel berbintang lima ini sebuah *one stop destination* untuk akomodasi dan pusat berbelanja. Selain dilengkapi dengan sejumlah pilihan restoran yang terletak di bagian *shopping mall*, Anda juga dapat menikmati pemandangan kota Medan darilantai 27. Menawarkan suasana romantis, The Edge Restaurant sering kali menjadi tempat bersantainya para tamu hotel dan penduduk setempat.

Hotel bintang 5 ini memiliki prasarana bisnis, antara lain pusat bisnis, ruang rapat, dan layanan limo/*towncar*. Hotel inimempunyai 2 restoran dan juga 2 kafe, bar kolam renang, serta bar tepi kolam. Staf dapat menyiapkan layanan *concierge*, bantuan tur/tiket, dan layanan pernikahan. Fasilitas tambahan di hotel bergaya Beaux Arts ini mencakup kolam renang anak, klub malam, dan teras atap.

Namun demikian pada kenyataannya dalam perusahaan Cambridge Hotel Medan masih terdapat masalah yang harus diperhatikan agar tidak menyebabkan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan oleh perusahaan. Pada hasil wawancara dari pihak penulis dengan pihak dari Cambridge Hotel Medan masih terdapat beberapa masalah yang ditemui di lapangan diantaranya terjadinya *Miss Communication* yaitu antara pihak Cambridge Hotel Medan dengan tamu, dimana konsumen sudah melakukan pemesanan kamar yang diinginkan oleh konsumen tetapi tidak sesuai dengan keinginan.

Masalah lainnya yang ditemui dari proses wawancara tersebut adalah *lift* yang kurang banyak sehingga tamu sering menunggu lebih lama untuk menuju kamar. Masalah ini sudah sering menjadi salah satu komplain dari pelanggan Cambridge Hotel Medan tetapi sampai sekarang belum ada solusi dari pihak hotel, dikarenakan awalnya Cambridge Hotel Medan ini dirancang sebagai apartemen bukan hotel jadi struktur bangunan untuk pembangunan *lift* sulit untuk dilaksanakan. Masalah selanjutnya terdapat pada lokasi yang kalau pada pagi dan siang hari suka mengalami kemacetan di daerah lokasi hotel tersebut.

Berdasarkan uraian uraian penelitian yang ditemukan penulis didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kenyamanan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cambridge Hotel Medan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan?
2. Apakah kenyamanan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kenyamanan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kenyamanan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas dan kenyamanan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai kualitas pelayanan dan kenyamanan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan.

2. Bagi perusahaan

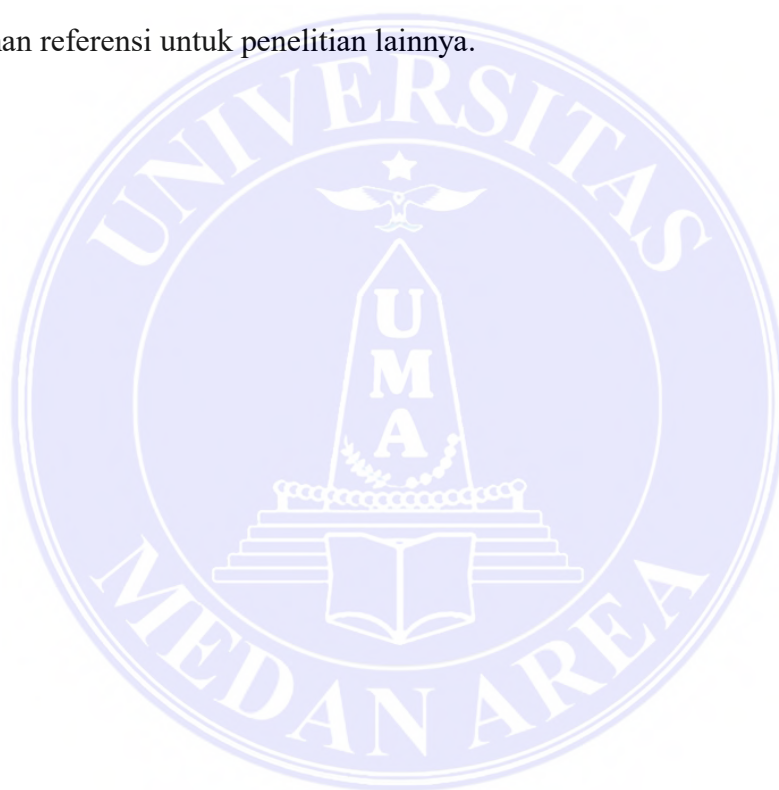
Melalui penelitian ini diharapkan perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran yang telah dijalankan dan diharapkan perusahaan akan memasarkan produknya dengan strategi yang efektif dan lebih baik lagi.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai penambah wawasan peneliti di bidang perhotelan, khususnya mengenai kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi serta kepuasan pelanggannya.

4. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bacaan ilmiah dan tambahan referensi untuk penelitian lainnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kotler, (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan juga merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan yang melayani. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis (Alfisyahrin, 2016).

Munisih & Soliha (2015) menyatakan perusahaan dapat meningkatkan nilai terhadap pelanggan dengan cara menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan adanya jaminan manfaat produk tersebut. Nilai juga dapat ditingkatkan melalui kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan pada para pelanggan (Tumangkeng; Sachro & Pudjiastuti, 2017). Penelitian Karyono & Parman (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terbukti memiliki

pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Layanan Menurut Goeth dan Davis (2017) bahwa kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Tjiptono (2016) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi dapat diambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi tumbuh kembang suatu usaha, oleh karena itu pengusaha dituntut untuk selalu melakukan pembenahan terhadap kualitas pelayanan yang mereka tawarkan. Konsumen setiap saat akan menuntut perbaikan kualitas pelayanan dari para pengusaha, jika konsumen puas akan kualitas pelayanan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.1.1 Defenisi Kualitas Pelayanan

Menurut Kartono, (2013) kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang

diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Menurut Kartono (2008), semakin tinggi kualitas pelayanan yang dipersepsikan, semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Artinya, jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Berdasarkan defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap baik buruknya tindakan atau perilaku atas layanan yang mereka terima yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dalam menanggapi permasalahan yang disampaikan oleh pelanggan.

2.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan jasa menurut (Tjiptono & Chandra, 2016). Kualitas pelayanan yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan di suatu perusahaan, dengan ukuran sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Ketanggapan (*Responsiveneess*) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan menurut Suryani (2008) juga berpendapat bahwa kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan memperbaiki aspek-aspek yang menjadi dimensi pelayanan, yang meliputi dimensi tersebut adalah :

1. Berwujud (*tangible*) merupakan penampilan fisik dari jasa yang ditawarkan, peralatan, personil dan fasilitas komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) menunjukkan pada kemampuan untuk mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu dan dapat dipercaya.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan baik dan cepat.
4. Empati (*emphaty*) yaitu berusaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual.

5. Keyakinan (*assurance*) merupakan pengetahuan dan keramahan personil dan kemampuan mereka untuk dapat dipercaya dan diyakini.

Menurut beberapa pendapat para ahli diatas maka indikator kualitas pelayanan yang digunakan pada penelitian ini (menurut Tjiptono, 2008), yaitu :

1. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Empati (*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.2. LOKASI

2.2.1 Pengertian Lokasi

Dalam membuat rencana bisnis, pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi usaha juga akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produknya, dan kemudahannya mencapai konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Haromain (2016) menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi juga menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke

pasar (Tjiptono, 2008) dalam Nurhanifah (2014). Menurut Lupiyoadi (2016) dalam Haromain (2016) place dalam service merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Menurut Peter J. Paul Olson, dan Mudiantono (2013) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Menurut Lupiyoadi, (2013) Lokasi berhubungan dengan sistem penyampaian dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

2.2.2 Faktor Faktor Pemilihan Lokasi

Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2012) dalam Haromain (2016) pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalu lintas
- d. Tempat parkir yang luas
- e. Lingkungan
- f. Peraturan

2.2.3 Indikator Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi (Lupiyoadi, 2009) dalam Triasmawan (2016). Berikut ini adalah indikator dari lokasi:

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalu lintas
- d. Lingkungan

2.3 KEPUASAN PELANGGAN

2.3.1 Defenisi Kepuasan Pelanggan

Secara umum, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas (Kotler&Keller, 2009).

Menurut Tjiptono (2008) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah memakainya. Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk actual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli.

Sedangkan, menurut Soedarmo (2009) kepuasan pelanggan (*customer service*) adalah suatu kondisi puas, senang atau bangga yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan diatas layanan sejenisnya. Menurut, Schisffman dan Kanuk (2010) kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya. Maka tidaklah mengherankan jika perusahaan menjadi

tersepsi untuk menciptakan kepuasan pelanggan, mengingat hubungannya yang sangat erat dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan keuntungan.

Berdasarkan definisi para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap perbandingan antara kinerja dan harapan sesuai dengan evaluasi ketidaksesuaian setelah pelanggan memakai suatu produk. Kepuasan ini akan dirasakan oleh pelanggan apabila mereka telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Jika pelanggan menyukai produk yang mereka konsumsi maka pelanggan sudah merasakan kepuasan, sebaliknya apabila produk yang mereka konsumsi tidak sesuai dengan kebutuhan mereka dan berpindah membeli produk lain maka pelanggan tidak merasakan kepuasan.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mendorong Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan dalam Handi Irawan (2011), yaitu :

a. **Kualitas Produk**

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.

b. **Harga**

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

c. **Kualitas Jasa**

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.

d. *Emotional factor*

Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

e. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

2.3.3 Menurut, Umar (2009) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menyatakan bahwa produk yang mereka konsumsi berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik.

c. Faktor emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.

4.1 Biaya dan kemudahan mendapat produk atau jasa.

Selain itu, kepuasan pelanggan juga sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Nasution (2010) ada 4 faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan yaitu:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari suatu perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

2.3.4 Menurut Zeithamlet.all (2012) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang di harapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi teman-teman atau tetangganya.
2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *external communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga di mana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Baik atau buruknya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan itu sendiri. Ekspektasi dapat terbentuk dengan adanya informasi dari pelanggan lain, tingkat kebutuhan pelanggan, pengalaman dari masa lalu mengenai pelayanan, dan komunikasi dengan pihak eksternal. Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah :

1. Pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya.
2. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang diterima sama dengan perkiraannya.
3. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

2.3.5 Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2. Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3. Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Sedangkan, menurut Kotler (2009), ada 3 indikator kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen.

Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.

2. Sistem survei reputasi perusahaan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.

3. Sistem analisis konsumen

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

2.4 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Afrianti (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman	X1: Kualitas Pelayanan X2: Lokasi Y: Kepuasan Pelanggan	Hasil uji ini menyatakan bahwa: 1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan . pada citra laundry kota pariaman. 2. Secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasab pelanggan. Pada citra laundry kota pariaman
2	Fujimi	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Horison Ultima di Batam	X1: kualitas pelayanan X2: lokasi Y: Kepuasan Pelanggan	1. Secara Parsial kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hotel horizon ultima di batam. 2. Secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadapkepuasan pelanggan.
3	Moha (2016)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap	X1: Kualitas Pelayanan	1. Secara parsial kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan

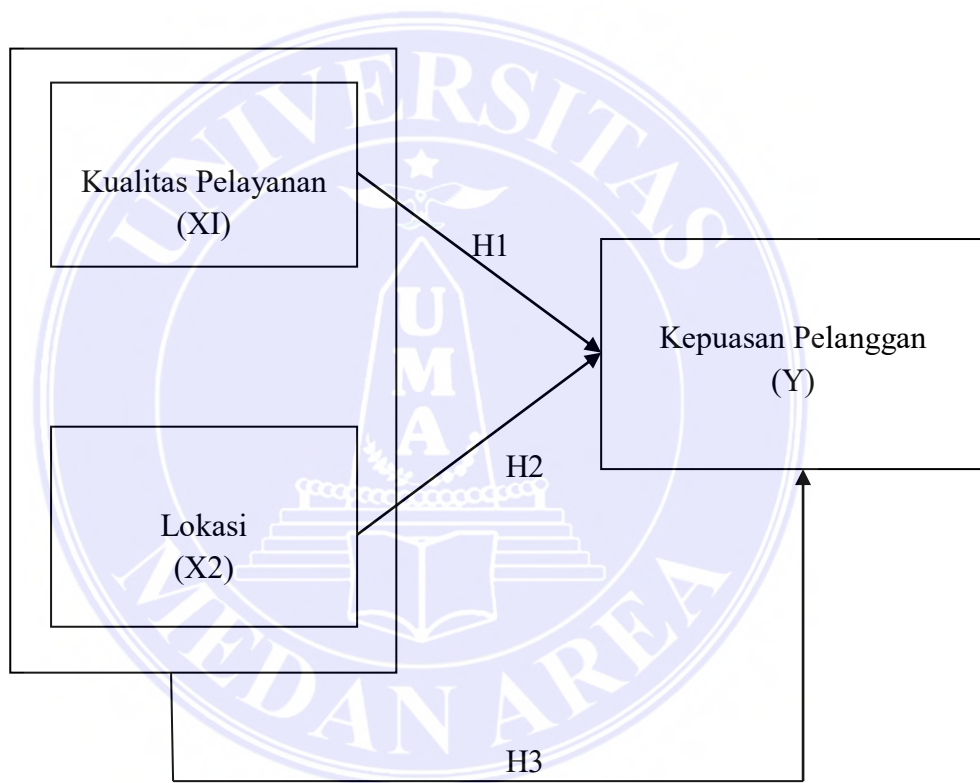
		Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado	X2: fasilitas Y: Kepuasan Konsumen	signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel yuta di kota manado. 2. Secara simultan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel yuta di kota manado
4	Harahap (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Dhaksina Hotel Medan	X1: Kualitas Pelayanan X2: Fasilitas Y: Kepuasan Konsumen	1. Secara parsial kualitas pelayan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel dhaksina hotel medan. 2. Secara simultan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada hotel dhaksina hotel medan
5	Oktrechia (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap kepuasan Pelanggan Pada BarbershopSoopecut Kota Padang	X1: Kualitas Pelayanan X2: Citra Toko Y: Kepuasan Pelanggan	1. Secara parsial kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada barbershopsoopercut di kota padang 2. Secara simultan kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada barbershopsoopercut di kota padang.

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual memuat variabel-variabel yang akan diteliti beserta indikatornya.

Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji.

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cambridge Hotel Medan.

2. Kenyamanan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Cambridge Hotel Medan
3. Kualitas pelayanan dan kenyamanan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Cambridge Hotel Medan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2012), pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variable guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi pada Cambridge Hotel Medan di JL. S. Parman No.217, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatra Utara 20152

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan adalah dari bulan November 2019 sampai april 2020. Berikut waktu penelitian penulis rencanakan:

Tabel 3. 1
Rincian Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2020					
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Penyusunan proposal						
2	Seminar proposal						
3	Pengumpulan data						
4	Analisis data						
5	Seminar Hasil						
6	Pengajuan Meja hijau						
7	Meja Hijau						

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah semua obyek, semua gejala dan semua kejadian atas peristiwa yang akan di pilih harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Menurut Hartono (2011), populasi dengan karakteristik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga. Penelitian hanya dapat melakukan pada populasi yang jumlahnya terhingga saja. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menginap di Cambridge Hotel Medan. Dimana menurut karyawan hotel, pelanggan hotel dari bulan November sampai Desember 2019 yaitu 3.900 konsumen.

- **Sampel**

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga generalisasi kepada populasi yang diteliti. Maknanya sampel yang diambil dapat mewakili atau representative bagi populasi tersebut.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *probability sampling*. Sugiyono (2010), *Probability sampling* adalah salah satu pengambilan teknik sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis sampel dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling*, teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling.

Pelaksanaan *simple random sampling* dalam penelitian ini di berikan kepada pelanggan Cambridge Hotel Medan. Dari jumlah populasi 3.900 orang ini maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana :

n : Jumlah Sampel

N :Jumlah Populasi

e :Taraf Kesalahan (Standart Error10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{3900}{1 + 3900(0,1)^2}$$

$$n = 97,5 (98 \text{ responden })$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka di ketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 98 responden dan karakteristik sampel.

3.3. Definisi Operasional variabel

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Defenisioperasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini defenisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

1. Kualitas Pelayanan, berfungsi sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang selanjutnya diberinotasi X_1 .

2. Lokasi, berfungsi sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang selanjutnya diberinotasi X_2 .
3. Kepuasan Pelanggan, berfungsi sebagai variabel terikat (*dependent variable*) yang selanjutnya diberinotasi Y.

Tabel 3. 2

Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas pelayanan adalah kualitas aktifitas yang ditawarkan produsen atau penjual yang terjadi akibatadanya interaksi antara produsen atau penjual dengan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik 2. Kehandalan 3. Ketanggapan 4. Empati 5. Jaminan 	<i>Likert</i>
Lokasi (X_2)	lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.Lokasi juga menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Lingkungan 	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Secara umum, kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Harga 3. Kualitas jasa 4. Emotional faktor 5. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa 	<i>Likert</i>

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Pengamatan (*observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Wawancara (*Interview*), yaitu mengajukan pertanyaan secara lisan kepada pimpinan Cambriedge Hotel Medan untuk mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.
3. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih

salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3.3
Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto 2010).

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22, dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha* . Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat ditampilkan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melaluianalisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

- 1) Uji *Kolmogrov Smirnov*, dalam uji ini pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan, yaitu:
 - a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data normal
 - b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal

Hipotesis yang digunakan:

- a) H_0 : data residual berdistribusi normal
 - b) H_a : data residual tidak berdistribusi normal
- 2) Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
- 3) Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
- Hasil uji normalitas menggunakan grafik *normality probability plot* dapat dilihat pada gambar dibawah ini

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara : jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF (*VarianceInflationFactors*) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi (Ghozali,2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variancedan* residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisias, yakni variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap (Ghozali,2011).

3. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software SPSS 20.00 for windows* yaitu:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

X₁ = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X₂ = Variabel bebas (Lokasi)

a = Konstanta

b_{1,2} = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

4. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,1$).

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,1$).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (*adjusted R²*) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \textit{adjusted R}^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan. Kualitas Pelayanan yang diberikan Hotel Cambridge sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang dimana diperoleh diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,065 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dan sig.t untuk Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari α sebesar 0,05.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan. Lokasi Cambridge Hotel Medan yang strategi menjadikan Cambridge Hotel Medan sangat diakses, ditemukan oleh pelanggan. Dengan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang dimana diperoleh diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,347 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dan sig.t untuk Lokasi sebesar 0,000 lebih kecil dari α sebesar 0,05.
3. Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Cambridge Hotel Medan.

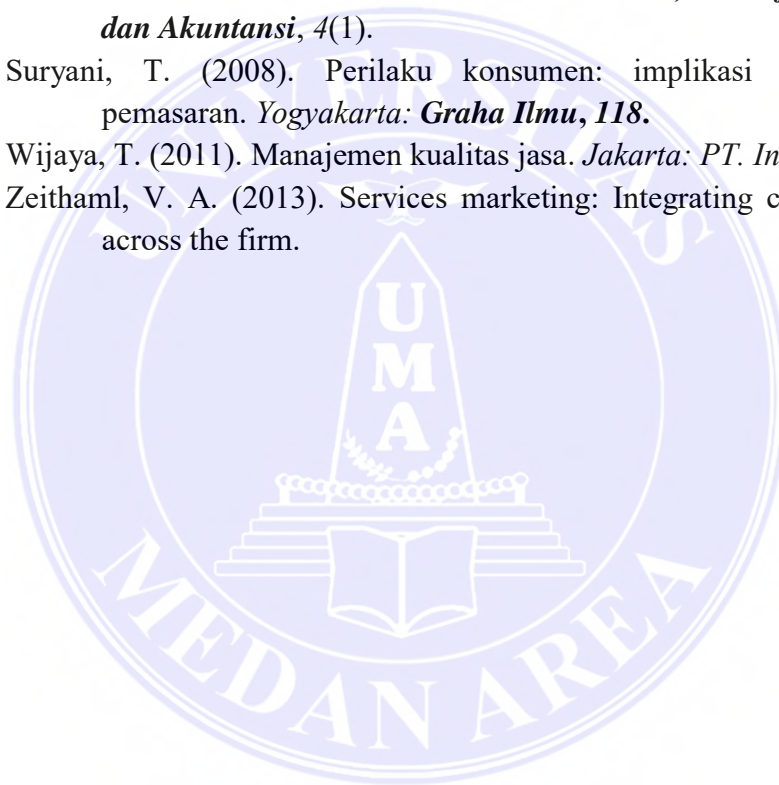
5.2 Saran

1. Bagi Cambridge Hotel Medan, berkaitan dengan kualitas pelayanan sebaiknya karyawan hotel lebih tanggap dan cepat dalam memenuhi keluhan pelanggan serta menawarkan informasi produk sesuai dengan fasilitas yang tersedia. Selain itu, untuk menunjang kepuasan pelanggan, pelayanan yang diberikan karyawan lebih diutamakan lagi.
2. Bagi Cambridge Hotel Medan, berkaitan yang sebaiknya menjaga keamanan dan kebersihan lingkungan hotel.
3. Bagi Cambridge Hotel Medan , berkaitan dengan lokasi mnuntuk akses lokasi dalam memasuki hotel sebaiknya dipantau agar tidak terjadi kesulitan bagi pelanggan yang memasuki hotel karena jalan/lalu lintas yang macet/padat menuju hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Pedoman Mahasiswa 2011/2012, Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim Universitas Medan Area, Medan
- Haromain, Imam dan Heru Suprihhadi. 2016. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass z618”. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya
- Umar, H. (2013). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, PT. *Gramedia Utama, Jakarta*.
- Haromain, I., & Suprihhadi, H. (2016). “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan DiAhass Z618”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Heizer, J., & Render, B. 2009. *Manajemen Produksi*. Salemba Empat, Jakarta
- Irawan, H. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Marketing Principles*, 10th Int. ed.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran, “Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian”*, Edisi Kedelapan, Jilid I, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Nasution, M. N., & Sikumbank, R. F. (2010). *Manajemen jasa terpadu*.
- Nurhanifah, A., & Sutopo, S. (2014). “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pt.Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang)*”. (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Orlio. 2005. *Moment Of Truth: “Small Gestures Make A Big Difference In Caring For Customers*. Nation’s Restaurant News, New York”
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017, August). “*Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*”. In *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2017*. Stikubank University.
- Sinambela, L. P. (2014). *Teori Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi* Cetakan Ketujuh.
- Sutrisno, P. (2008). *Differences Satisfaction Students Card User And CDMA,GSM Mobile Technology*. Gunadarma University: Jakarta.

- Soedarmo, H. (2009). *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua. Jakarta: Kawan Pustaka.*
- Schiffman & Kanuk. (2010) *Perilaku Konsumen (Edisi:7). Prentice Hall, Jakarta.*
- Swastha, Basu, DH dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran. Modern Liberty.*
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, quality & satisfaction.*
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.*
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). "Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Suryani, T. (2008). *Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu, 118.*
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen kualitas jasa. Jakarta: PT. Indeks, 143.*
- Zeithaml, V. A. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm.*



Lampiran 1
Kuesioner Penelitian

Hari/Tanggal :

No.Kuesioner :

Assalamualaikum Wr. Wb

Responden Yth,

Saya mahasiswa tingkat akhir jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Cambridge Medan**”. Kuesioner ini dibuat sebagai sarana dalam rangka mendukung pembuatan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi saya. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharapkan bantuan anda untuk memberikan penilaian secara objektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Salam,

Anggi Fakhruallah Lubis

Petunjuk pengisian kuesioner

- Bacalah semua pertanyaan dengan seksama dan baik
- Berilah tanda (√) dalam menjawab setiap pertanyaan

Profil Responden

Nama				
Usia	a.<17 tahun	b.17-25 tahun	c.26-40 tahun	d. > 40 tahun
Jenis Kelamin	a.Pria		b.Wanita	
Pendidikan Terakhir	a. SMA	b. D3	c. S1	d. S2

Pertanyaan Bagian Utama

Silahkan berikan tanda ceklis (√) pada kotak yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Kolom Penilaian:

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju






No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kualitas Pelayanan					
1	Penampilan fisik gedung maupun kamar baik					
2	Keserasian Penataan ruangan kamar					
3	Pelayanan sesuai harapan					
4	Kesesuaian fasilitas dengan janji yang ditawarkan					
5	Ketersediaan membantu akan kebutuhan konsumen					

6	Ketanggapan manajemen dalam penanganan keluhan pengunjung					
7	Mengetahui keinginan pengunjung					
8	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan manajemen hotel					
9	Fasilitas hotel yang disajikan sangat baik					
10	Pelayanan yang disediakan hotel sangat baik					
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Lokasi					
11	Lokasi menuju Hotel Cambridge mudah dijangkau					
12	Tersedianya angkutan umum maupun online menuju Hotel Cambridge					
13	Hotel Cambridge dapat terlihat dengan mudah					
14	Hotel Cambridge dapat dijangkau dengan mudah					
15	Lalu lintas di sekitar Hotel Cambridge tidak macet atau lancar					
16	Jalan masuk ke Hotel Cambridge dari jalan raya sangat mudah					
17	Kondisi lingkungan di sekitar Hotel Cambridge aman					
18	Kondisi lingkungan Hotel Cambridge bersih dan nyaman.					
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kepuasan Pelanggan					
19	Kualitas produk yang ditawarkan tidak memiliki keluhan/masalah					
20	Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk					
21	Harga yang ditawarkan Hotel Cambridge					

	memenuhi harapan saya					
22	Harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan					
23	Pelayanan kamar sangat mudah ditawarkan					
24	Pelayanan kamar sangat cepat dan akurat					
25	Saya akan menggunakan layanan hotel kembali jika saya merasa nyaman dan senang					
26	Saya akan meminta layanan tambahan ketika ada layanan yang membuat tertarik					
27	Pemesanan kamar sangat mudah diakses					

- Kualitas Pelayanan (X_1)

Indikator:

-  Bukti Fisik
-  Kehandalan
-  Ketanggapan
-  Empati
-  Jaminan

- Lokasi (X_2)

Indikator:

-  Akses
-  Visibilitas
-  Lalu Lintas
-  Lingkungan

- Kepuasan Pelanggan (X_1)

Indikator:

-  Kualitas Produk
-  Harga
-  Kualitas jasa

Emotional factor

Kemudahan akan jasa atau produk

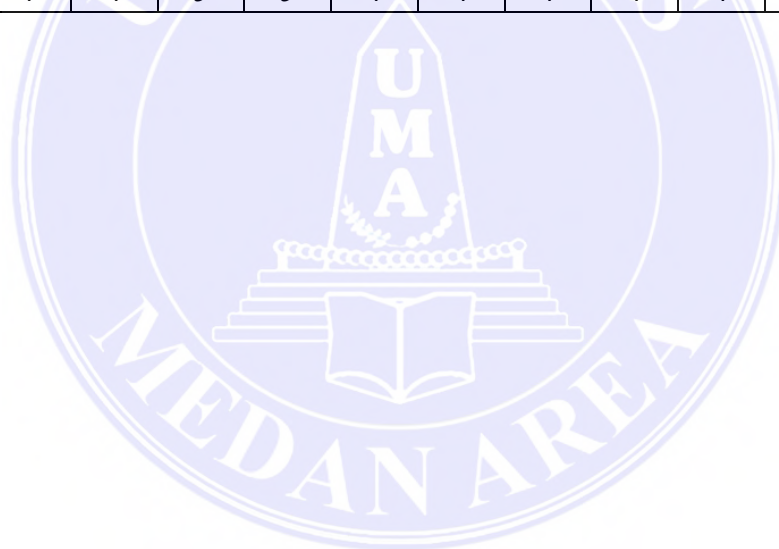


Lampiran 2
Hasil Tabulasi Jawaban Responden

No.	Kualitas Pelayanan										Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	5	36
3	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	45
4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	40
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45
6	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	41
7	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
8	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
9	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	39
10	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	42
11	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
12	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	36
13	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	44
14	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	38
15	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	38
16	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37
17	3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	38
18	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	36
19	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
20	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
21	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	38
22	3	4	4	3	4	5	5	5	3	5	41
23	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
24	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34
25	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
26	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
27	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	35
28	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
29	4	4	3	4	3	4	5	3	3	5	38
30	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
31	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
32	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
33	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
34	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
35	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
36	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
37	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36

38	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	42
39	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
40	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
41	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	44
42	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	42
43	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	40
44	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
45	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
46	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
47	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
48	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	44
49	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4	43
50	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
51	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
52	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	39
53	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
54	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
55	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46
56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
57	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
58	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
59	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	41
60	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
61	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
62	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
63	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	34
64	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
65	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
66	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	44
67	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
68	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
69	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	41
70	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
71	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
72	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	41
73	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
74	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	39
75	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44
76	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
77	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	46
78	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33
79	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
80	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42

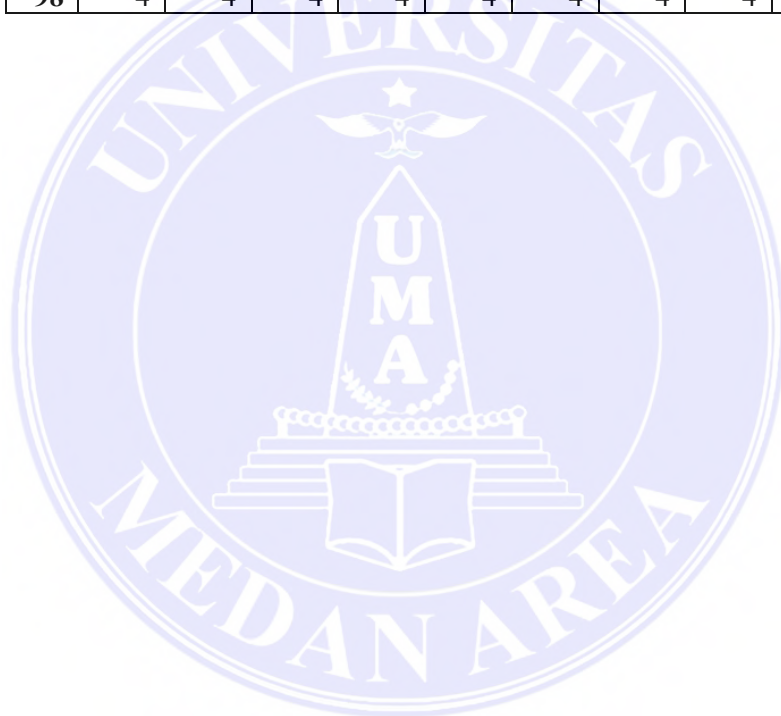
81	4	4	5	4	4	4	4	2	3	4	38
82	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	39
83	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
84	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
85	3	5	3	4	3	5	4	3	5	5	40
86	4	5	3	2	4	4	3	4	5	4	38
87	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
88	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	41
89	4	3	4	4	3	4	3	5	3	4	37
90	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
91	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
92	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	41
93	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	42
94	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3	40
95	3	3	4	2	4	5	4	4	4	4	37
96	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	36
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
98	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42



No.	Lokasi								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	4	4	3	4	4	4	3	30
2	5	5	4	4	4	4	4	5	35
3	4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	4	5	5	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	5	4	5	5	4	4	35
7	4	4	4	4	5	5	5	5	36
8	4	4	4	4	5	5	5	5	36
9	5	4	5	4	5	4	4	4	35
10	4	4	4	4	5	4	3	3	31
11	4	4	4	3	4	4	4	3	30
12	5	4	5	5	5	5	5	5	39
13	5	5	4	5	5	4	4	5	37
14	4	5	4	3	4	4	4	3	31
15	4	3	4	4	4	5	4	5	33
16	4	4	3	3	4	4	4	4	30
17	4	3	3	4	4	4	5	4	31
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	4	4	4	5	4	4	33
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	4	4	4	5	4	4	4	33
22	5	5	5	4	4	4	4	3	34
23	5	4	4	4	5	5	5	5	37
24	4	3	3	3	4	4	5	5	31
25	5	5	4	4	5	5	5	4	37
26	5	4	4	5	5	4	5	4	36
27	4	4	5	5	4	5	5	5	37
28	5	4	4	5	5	5	5	5	38
29	5	4	5	5	5	5	4	5	38
30	4	5	4	5	4	4	5	5	36
31	5	4	4	5	5	5	4	5	37
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	5	4	4	5	5	5	5	38
34	5	5	5	4	5	5	5	5	39
35	4	4	5	5	4	4	4	5	35
36	5	5	4	4	4	5	4	4	35
37	4	3	3	3	4	4	3	3	27
38	4	4	5	5	5	5	5	5	38
39	5	4	5	4	4	4	4	5	35
40	4	4	5	5	4	5	5	4	36
41	5	4	5	5	4	5	4	5	37

42	5	4	4	4	5	5	5	4	36
43	5	4	5	4	4	4	3	3	32
44	5	5	4	5	5	4	5	5	38
45	5	4	5	4	4	4	4	5	35
46	4	5	4	5	5	5	5	5	38
47	5	4	4	5	4	4	5	5	36
48	5	4	5	4	5	4	4	5	36
49	5	4	4	5	4	5	4	5	36
50	5	5	5	4	4	5	5	4	37
51	5	4	4	5	4	4	5	4	35
52	5	4	4	5	4	4	5	5	36
53	5	5	5	4	5	5	4	4	37
54	5	5	5	5	4	5	4	5	38
55	5	4	5	4	5	5	4	5	37
56	5	4	5	5	5	5	5	5	39
57	5	5	4	4	5	4	5	4	36
58	5	4	4	5	4	4	4	4	34
59	5	5	5	4	5	5	5	5	39
60	3	3	4	3	4	4	3	3	27
61	5	4	5	5	5	5	5	5	39
62	4	4	5	5	5	5	4	5	37
63	5	4	4	3	4	4	4	5	33
64	5	4	5	5	4	5	5	4	37
65	4	4	4	4	4	5	5	4	34
66	5	5	5	5	5	5	4	5	39
67	5	5	4	5	4	4	4	4	35
68	4	5	5	4	5	5	5	5	38
69	4	4	5	5	4	5	4	5	36
70	5	4	4	4	4	4	5	4	34
71	4	5	5	4	4	5	5	5	37
72	4	4	5	4	4	5	4	4	34
73	4	5	4	5	5	4	4	4	35
74	5	4	4	5	5	5	5	5	38
75	5	5	5	4	5	5	5	4	38
76	4	5	5	5	4	5	5	4	37
77	5	4	4	4	4	4	4	5	34
78	4	3	4	4	5	4	4	4	32
79	5	5	5	5	4	5	5	5	39
80	4	3	4	3	3	4	4	3	28
81	3	4	5	4	4	4	4	4	32
82	4	4	3	5	4	4	3	4	31
83	4	4	4	4	4	4	5	4	33
84	5	5	3	4	3	4	4	3	31

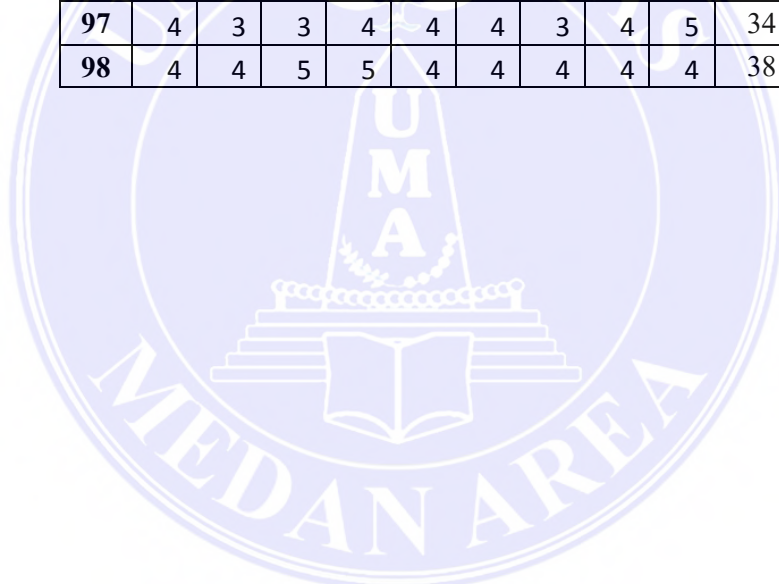
85	4	4	4	3	3	5	4	4	31
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	4	4	3	2	4	4	4	5	30
88	5	4	4	3	3	4	3	4	30
89	4	4	4	5	4	4	4	3	32
90	4	4	4	3	3	4	5	5	32
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	3	3	4	4	4	4	3	29
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	5	4	5	5	5	3	4	4	35
95	4	4	4	4	5	5	3	3	32
96	4	4	3	4	4	4	4	4	31
97	5	4	4	4	4	4	4	4	33
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32



No.	Kepuasan Pelanggan									Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	
1	3	3	4	4	4	3	4	3	4	32
2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
4	3	3	5	5	3	4	4	3	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	5	4	5	4	4	3	4	4	4	37
7	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
8	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
9	5	4	4	5	4	4	5	4	5	40
10	3	4	4	5	3	4	5	4	5	37
11	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
12	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
13	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
14	3	5	4	4	3	3	4	3	4	33
15	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
16	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36
17	4	5	5	5	4	3	4	5	4	39
18	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
19	4	4	4	5	4	4	4	3	4	36
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
21	4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
22	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
23	4	5	5	5	4	4	5	5	5	42
24	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
26	4	4	4	3	4	5	4	4	4	36
27	4	5	4	3	4	4	4	4	5	37
28	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
29	4	5	5	4	3	4	4	4	4	37
30	5	4	5	4	4	5	5	5	5	42
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
34	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
35	4	5	5	5	4	5	4	5	5	42
36	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
37	3	3	4	3	4	5	5	4	5	36
38	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
39	5	5	4	5	5	5	4	4	4	41

40	4	5	5	4	4	5	5	5	5	42
41	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
42	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
43	4	4	4	3	4	3	3	3	4	32
44	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
45	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
46	4	5	4	4	5	5	4	4	4	39
47	5	4	5	4	4	5	5	5	5	42
48	4	5	5	5	5	4	4	3	4	39
49	5	4	5	4	4	5	4	5	5	41
50	4	5	5	4	4	4	5	5	5	41
51	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
52	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
55	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
56	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
57	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
58	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
59	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
60	3	4	4	4	4	5	4	4	4	36
61	5	5	4	5	4	5	5	4	4	41
62	4	4	5	5	5	4	5	4	4	40
63	3	3	5	4	3	4	4	4	4	34
64	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
65	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
66	5	4	5	4	4	5	5	5	5	42
67	5	4	5	5	5	4	4	3	4	39
68	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43
69	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
70	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
71	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
72	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41
73	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
74	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41
75	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
76	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42
77	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
78	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
79	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
80	3	4	4	4	5	4	4	4	4	36

81	3	5	3	3	4	4	4	3	3	32
82	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
83	4	4	4	4	4	3	5	3	4	35
84	5	5	3	4	3	5	5	4	5	39
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
87	4	4	3	4	5	4	4	4	4	36
88	4	4	5	4	4	4	4	3	4	36
89	3	3	4	4	4	4	5	5	4	36
90	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
91	5	4	4	4	3	4	3	4	4	35
92	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
93	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
94	4	4	4	4	5	5	4	3	5	38
95	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
97	4	3	3	4	4	4	3	4	5	34
98	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38



Lampiran 3

Hasil Output SPSS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	98	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,778	10

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	98	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	98	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	9

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lokasi, Kualitas Pelayanan ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,730 ^a	,533	,523	2,411	2,182

- a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630,832	2	315,416	54,261	,000 ^b
	Residual	552,229	95	5,813		
	Total	1183,061	97			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,575	3,171		2,073	,041		
	Kualitas Pelayanan	,309	,076	,327	4,065	,000	,758	1,320
	Lokasi	,570	,090	,511	6,347	,000	,758	1,320

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Pelayanan	Lokasi
1	1	2,992	1,000	,00	,00	,00
	2	,004	27,299	,12	,40	,97
	3	,004	27,614	,88	,59	,03

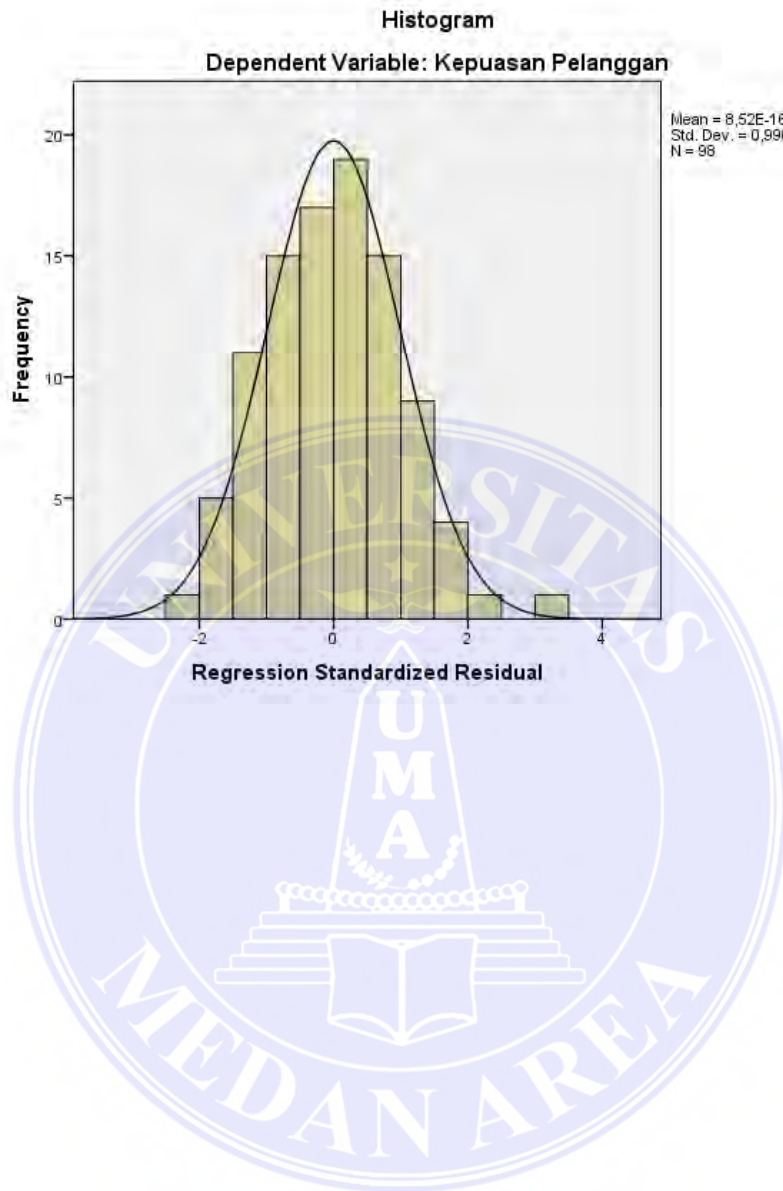
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	31,87	43,35	39,22	2,550	98
Std. Predicted Value	-2,884	1,619	,000	1,000	98
Standard Error of Predicted Value	,247	,794	,406	,117	98
Adjusted Predicted Value	31,42	43,41	39,21	2,569	98
Residual	-5,196	8,231	,000	2,386	98
Std. Residual	-2,155	3,414	,000	,990	98
Stud. Residual	-2,175	3,506	,002	1,008	98
Deleted Residual	-5,294	8,682	,011	2,475	98
Stud. Deleted Residual	-2,220	3,738	,004	1,022	98
Mahal. Distance	,025	9,530	1,980	1,886	98
Cook's Distance	,000	,224	,013	,028	98
Centered Leverage Value	,000	,098	,020	,019	98

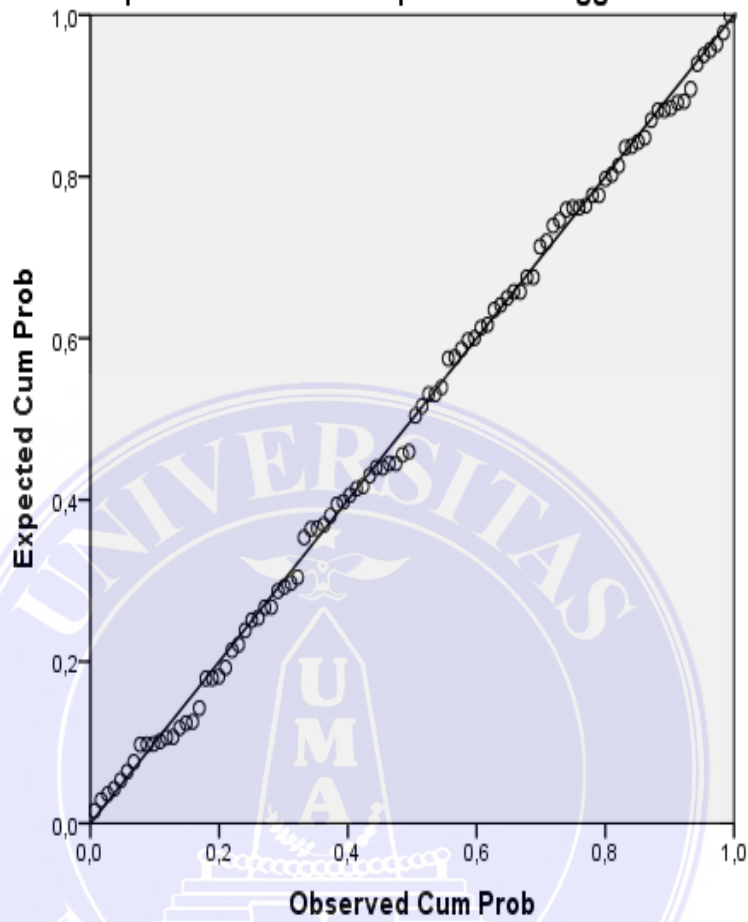
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

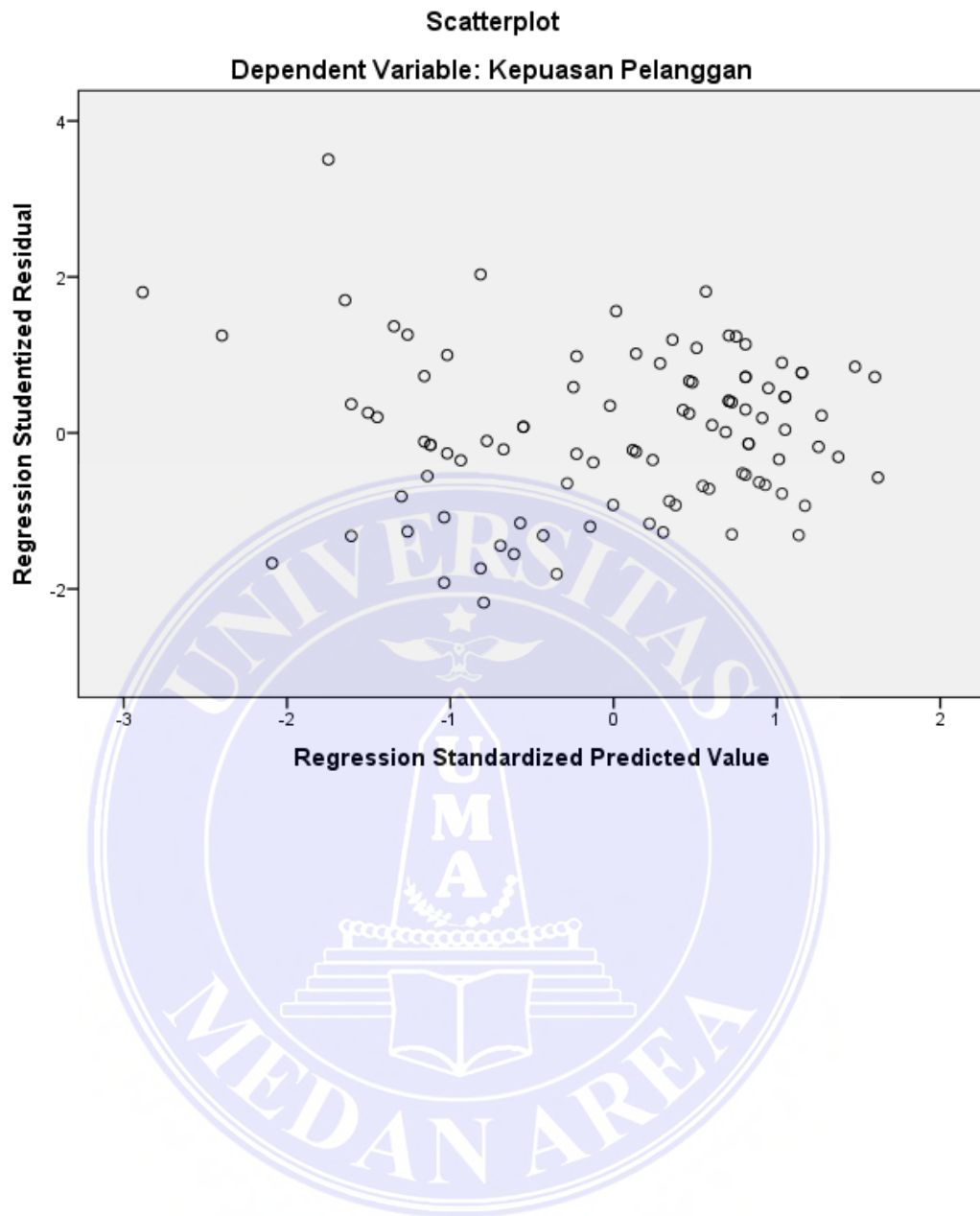
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan





LAMPIRAN 5

SURAT KETERANGAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

CAMBRIDGE HOTEL
MEDAN

Medan, 08 Oktober 2020

Nomor : 104/CHM- HRD /SB /IX /20
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Perihal : Selesai Research / Survey

Kepada Yth:
Bapak/Ibu. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area
Di
Medan

Dengan hormat,

Menindak lanjuti permohonan Research No. 1334/FEB.2/01.10/IX/2020 yang kami terima tanggal 2 September 2020, dimana Research / Survey tersebut akan dilaksanakan pada tanggal 4 September 2020 untuk mahasiswa atas nama:

Nama : Anggi Fakhrollah Lubis

NPM : 169320153

Program Studi: Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan Research / Survey Company di Cambridge hotel Medan yang dimulai dari tanggal 04 September s.d 08 Oktober 2020.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,


Mansyur Alamsyah
G.A Manager

Jl. Sekeloa 5, Medan No. 217, Medan 20132, Sumatera Utara, Indonesia
Phone: (061) 451 4594 Fax: (061) 451 4604
E-mail: info@cambridgehotelmedan.com

LAMPIRAN 4

SURAT IZIN RESEARCH/SURVEY



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kualananda 1 Medan Utara Telp. (061) 7500708, 7500709, 7500740, 7500701, Fax. (061) 7500709
Kampus II : Jl. Sei Tuan No. 70A/2, Serai Putih No. 190 Medan Telp. (061) 8275402, 8201994, Fax. (061) 8275411
Email : info@umma.ac.id Website www.umma.ac.id Email Fakultas ekonomi@umma.ac.id

Nomor : 1334/FEB.2/01.10/IX/2020
Lamp.
Perihal : Izin Research / Survey

2 September 2020

Kepada,
Yth. Pimpinan
Cambridge Hotel Medan
Di Tempat

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : Anggi Fakhruallah Lubis
N P M : 168320153
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cambridge Hotel Medan

Untuk diberi izin Research / survey di Instansi / Perusahaan yang Saudara pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami tambahkan bahwa Research / survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Dekan,

Dr. Ihsan Effendi, M.Si

- Tembusan :
1. Wakil Rektor Bidang Akademik
 2. Kepala LPPM
 3. Mahasiswa ybs
 4. Pertinggal