

## Abstrak

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Swiss-Belhotel Medan UMA MEDAN

Oleh:

Nama : Cokro Sarjono

NIM : 11.832.0227

Bisnis hotel dan fasilitas akomodasi adalah bisnis yang sangat menguntungkan dan bertahan lama. Peningkatan jumlah hotel mengakibatkan persaingan yang ketat pada industri perhotelan di kota medan. Pihak hotel berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saing dengan selalu meningkatkan daya saing dengan selalu menciptakan difrensiasi bagi bisnisnya untuk mempertahankan pelanggan serta menjaring pelanggan baru yang lebih banyak. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi untuk dapat memuaskan pelanggan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Swiss-Bellhotel Medan

Jenis penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa eratnya pengaruh atau hubungan itu serta untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara variabel independent. Populasi di dalam penelitian ini berjumlah 60 orang, dengan menggunakan *accidental sampling* yang di jadikan responden berjumlah 60 orang.

Dari persamaan regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) dan komunikasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), hal ini dapat dilihat dari hasil regresi kualitas pelayanan (X1) = 0,499 dan komunikasi (X2) = 0,118 yang berpengaruh positif dan signifikan  $0,00 < 0,05$ . Nilai t hitung untuk variable kualitas pelayanan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,370 > 1,671$ ) dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$ , dan untuk variabel komunikasi diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,213 > 1,671$ ) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $86,378 > 3,18$ ) dengan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan besarnya persentasi variabel kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan konsumen sebesar 74,3 %. Sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, komunikasi dan kepuasan konsumen.