

ANALISIS PENERAPAN *TOTAL QUALITY SERVICE* (TQS) TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA HOTEL PESONNA CABANG PEKANBARU

Ajeng Setyaning Ayu¹⁾, Rio Jonnes M. Marpaung²⁾, Anggia Paramita²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : ajengsetyaning@yahoo.com

Analysis Of Total Quality Service (TQS) Implementation On Customer Satisfaction At Pesonna Hotel, Pekanbaru Branch

ABSTRACT

The acquisition of the Pesonna hotel consumer satisfaction index shows that the index in Pekanbaru City is the lowest compared to other cities in Indonesia. In operational studies, the application of total quality service needs to be supported by the capabilities and services of employees in achieving the success of the hospitality service industry sector to satisfy consumers. This study aims to analyze the effect of implementing total quality service on customer satisfaction at Hotel Pesonna Pekanbaru Branch. The population in this study were all consumers who visited the Pesonna Hotel Pekanbaru Branch. The sample in this study was taken using a purposive sampling technique with a total of 100 people. The primary data in this study were obtained from distributing questionnaires. Data analysis used simple linear regression. The results showed that the majority of consumer assessments of the total quality service provided by Hotel Pesonna belonged to the high category. Most customer satisfaction belongs to the satisfied category. In addition, based on regression analysis, it was found that there was a strong and significant positive effect of the application of total quality service (TQS) on customer satisfaction at Pesonna Hotel Pekanbaru Branch.

Keywords: Total Quality Service, Customer Satisfaction, Pesonna Hotel

PENDAHULUAN

Data jumlah pelancong di seluruh dunia mengalami pertumbuhan yang signifikan selama beberapa dekade terakhir yang tumbuh dari 525 juta pada tahun 1995 menjadi 1,2 miliar pada tahun 2016 dalam industri perhotelan (Bank Dunia, 2017). Dengan adanya peningkatan yang signifikan dari wisatawan, berbagai faktor penarik perlu diperhatikan dalam manajemen sektor hotel untuk memaksimalkan keuntungan dan menangkap pasar

yang diinginkan. Daya beli konsumen telah berubah secara positif karena pertumbuhan ekonomi, pendapatan yang lebih baik, dan ekspansi ekonomi yang terus menerus dan konstan di seluruh dunia pada saat yang sama telah meningkatkan kunjungan wisatawan serta pendapatan yang lebih tinggi di industri perhotelan.

Hasil penelitian Abdullah (2015) Darmansyah (2012) Lubis & Andayani (2018) Zein & Mustofa (2016) menemukan bahwa *Total Quality Service* (TQS) berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Salleh *et al.* (2019) menemukan bahwa *Total Quality Service (TQS)* yang diukur dengan *responsiveness* dan *tangibility* tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu memotivasi penulis untuk mengidentifikasi kembali *Total Quality Service* dalam kajian manajemen operasional industri perhotelan dengan judul “**Analisis Penerapan Total Quality Service (TQS) terhadap Customer Satisfaction pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh penerapan *Total Quality Service (TQS)* terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru?”

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan *Total Quality Service (TQS)* terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru.

Manfaat Penelitian

Bagi Hotel Pesonna Pekanbaru

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi bagi manajer operasional untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan aspek *Total Quality Service* pada Hotel bintang tiga.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi terkait permasalahan kepuasan pelanggan

yang ditingkatkan melalui *total quality service (TQS)* dalam kajian manajemen operasional

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Total Quality Service

Total Quality Service merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk bagi pelanggan. *Total Quality Service* bertujuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan, karena kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya (Munawaroh, 2015). *Total Quality Service* yaitu suatu keadaan di mana sebuah perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan bermutu kepada para pelanggan maupun pemilik perusahaan dan pegawainya (Fransisca, 2015). *Total quality service* memberikan kepuasan kepada pelanggan, mewujudkan keinginan pelanggan dan selalu melakukan perbaikan yang berkesinambungan untuk mewujudkan keinginan yang diinginkan oleh pelanggan dan memiliki komitmen yang sesuai untuk mengoperasionalkan konsep yang berfokus pada pelanggan (Sari, 2010).

Berdasarkan pendapat para ahli dapat didefinisikan bahwa *Total Quality Service* sebagai sistem manajemen yang melibatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan yang berkesinambungan agar dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.

Customer Satisfaction

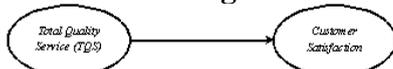
Customer satisfaction adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono & Chandra, 2012). Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa yang secara terus menerus dimana sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Kerangka pemikiran bertujuan untuk mempermudah penulis dalam proses penelitian, berikut merupakan kerangka pemikiran pada analisis penerapan *total quality service* (TQS) terhadap *customer satisfaction* pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*):

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Krishna Naik, Gantasala dan Prabhakar (2010); Mayasari dan Darmansyah (2016)

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: “Diduga terdapat

pengaruh yang positif dan signifikan *Total Quality Service* terhadap *Customer Satisfaction* Pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru “

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Hotel Pesonna yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman No. 455, Pekanbaru-Riau.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dimana dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang menginap pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru Kota yang berjumlah 27.789 orang selama tahun 2019.

Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah yang melakukan transaksi pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru Kota yang berjumlah 100 orang konsumen. Dalam menentukan besaran sampel peneliti menggunakan rumus Slovin (Noor, 2015) dengan tingkat kesalahan 10% atau 0.10, yaitu sebagai berikut:

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

$$n = \frac{27.789}{1 + (27.789)(0,10)^2}$$

$$= 99,6$$

$$\approx \text{dibulatkan menjadi } 100$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$e = error\ level$ (tingkat kesalahan) 10%

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu analisis yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dari kuesioner responden yang menjadi konsumen di Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru Kota. Data tersebut kemudian diolah dengan *software SPSS* untuk kemudian dianalisis secara kuantitatif.

Sumber Data

Data Primer

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dalam hal ini adalah kuesioner yang diisi responden yang menjadi konsumen. Pada penelitian ini adalah dengan membagikan kuisisioner untuk mengetahui tanggapan (persepsi) mengenai *Total Quality Service* terhadap *Customer Satisfaction* perusahaan.

Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017), data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber

lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan. Data sekunder untuk penelitian ini diperoleh dari instansi terkait yakni dokumen profil perusahaan Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru Kota, literatur-literatur, jurnal-jurnal, pencarian topik-topik sejenis pada internet maupun pihak-pihak lain yang terkait dengan variabel yang diteliti.

Teknik pengambilan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang dilakukan dengan menggunakan *questionnaire*. Penyebaran kuesioner dilakukan juga dengan cara membagikan langsung kepada para konsumen Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru Kota. Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner atau angket untuk mengumpulkan data variabel penelitian dengan menggunakan pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban menurut skala likert. Menurut Sugiyono (2017) yang dimaksud dengan skala likert adalah digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Metode analisis data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017).

Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain (Sugiyono, 2017). Kemudian disusun dalam bentuk tabel distribusi frekuensi yaitu dengan cara (Sugiyono, 2017):

1. Menghitung jumlah kelas interval dengan rumus:

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

2. Menghitung jangkauan yaitu data terbesar dikurangi data terkecil

3. Menghitung Panjang kelas $\frac{\text{jangkauan}}{\text{jumlah kelas}}$

4. Menyusun interval kelas
Setelah penyusunan interval maka tiap indikator di analisis untuk mendapatkan persentasenya dengan rumus :

$$\text{persentase} = \frac{\text{skor}}{\text{skor total}} \times 100\%$$

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel secara tepat. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Menurut Arikunto (2013), Makin tinggi koefisien korelasi yang dimiliki makin valid butir instrumen

tersebut. Uji validitas dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketetapan suatu tes dapat diteskan pada objek yang sama untuk mengetahui ketetapan ini pada dasarnya melihat kesejajaran hasil. Menurut Arikunto (2013) suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Menurut Arikunto (2013), Koefisien Korelasi berada antara 0 – 1. Suatu instrumen penilaian dikatakan reliabel jika koefisien korelasinya $\geq 0,6$, makin tinggi koefisien korelasi makin reliabel instrumen tersebut. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan dari model regresi yang digunakan pada penelitian ini. Menurut Ghozali (2011) pengujian ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas dan heteroskedastisitas serta memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

1. Uji Normalitas

Dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2011):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti

arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* jika hasil angka signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011) uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2011), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ada atau tidaknya heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatter plot*. Jika persebaran data membentuk suatu pola tertentu maka terjadi hererokedastisitas dan asumsi ditolak, sedangkan jika data tidak membentuk suatu pola tertentu

maka tidak terjadi heterokedastisitas dan asumsi diterima (Ghozali, 2011).

Uji Hipotesis

Regresi linear sederhana adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh satu variabel bebas (X). Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Ghozali, 2011).

Uji Kesesuaian Model (F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah model yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai (Ghozali, 2011). Maka cara yang dilakukan adalah:

- Bila (*P-Value*) $< 0,05$ artinya model yang digunakan sudah sesuai untuk di analisis regresi.
- Bila (*P-Value*) $> 0,05$ artinya model yang digunakan belum sesuai untuk di analisis regresi.

Uji Statistik t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali 2011). Uji t dilakukan dengan membandingkan signifikansi t hitung dengan t tabel dengan ketentuan (Ghozali 2011):

- H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$
- H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{table}$ untuk $\alpha = 0,05$

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Deskriptif dalam penelitian ini menggambarkan distribusi frekuensi pada setiap variabel dalam penelitian. Distribusi frekuensi dalam penelitian ini meliputi distribusi frekuensi karakteristik responden dan distribusi frekuensi variabel penelitian. Pada distribusi frekuensi karakteristik yang terdiri dari umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
17-35 Tahun	42	42,0
36-55 Tahun	46	46,0
>55 Tahun	12	12,0
Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada Hotel Pesonna Pekanbaru berada pada umur 35-55 tahun yaitu berjumlah 46 orang (46,0%), kemudian pada umur 17-35 tahun berjumlah 42 orang (42,0%),

sedangkan pada umur >55 tahun berjumlah 12 orang (12,0%). Selanjutnya distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	42	42,0
Perempuan	58	58,0
Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 100 responden Hotel Pesonna Pekanbaru, responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 58 orang (58,0%), sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 42 orang (42,0%). Selanjutnya distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tamat SD	8	8,0
Tamat SMP	23	23,0
Tamat SMA	32	32,0
Tamat Perguruan Tinggi	37	37,0
Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa berdasarkan pendidikan mayoritas responden Hotel Pesonna Pekanbaru memiliki pendidikan tamat perguruan tinggi yaitu berjumlah 37 orang (37,0%), kemudian pada pendidikan tamat SMA berjumlah 32 orang (32,0%), pada pendidikan tamat SMP berjumlah 23 orang (23,0%),

sedangkan pada pendidikan tamat SD berjumlah 8 orang (8%). Selanjutnya distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	12	12,0
Karyawan Swasta	29	29,0
Pegawai Negeri	30	30,0
Wiraswasta	17	17,0
Lain-lain	12	12,0
Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden Hotel Pesonna Pekanbaru memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri yaitu berjumlah 30 orang (30,0%). Kemudian pada kategori pekerjaan karyawan swasta berjumlah 29 orang (29,0%), pada kategori pekerjaan wiraswasta berjumlah 17 orang (17,0%), sedangkan pada kategori pekerjaan pelajar/mahasiswa dan lain-lain masing masing berjumlah 12 orang (12,0%). Selanjutnya distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
≤ 2.000.000	18	18,0
2.000.000-3.500.000	34	34,0
3.500.000-5.000.000	33	33,0
≥ 5.000.000	15	15,0
Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 6 Uji Validitas Instrumen pada Variabel *Total Quality Service*

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Item 1	0,615	0,197	Valid
Item 2	0,650	0,197	Valid
Item 3	0,643	0,197	Valid
Item 4	0,662	0,197	Valid
Item 5	0,666	0,197	Valid
Item 6	0,754	0,197	Valid
Item 7	0,702	0,197	Valid
Item 8	0,671	0,197	Valid
Item 9	0,746	0,197	Valid
Item 10	0,707	0,197	Valid
Item 11	0,679	0,197	Valid
Item 12	0,711	0,197	Valid
Item 13	0,728	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pernyataan variabel *Total Quality Service* sebanyak 13 item dinyatakan valid dengan menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} ($> 0,197$). Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada 100 orang responden. Selanjutnya uji validitas pada item pernyataan variabel *Customer Satisfaction* adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Uji Validitas Instrumen pada Variabel *Customer Satisfaction*

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Item 1	0,395	0,197	Valid
Item 2	0,825	0,197	Valid
Item 3	0,705	0,197	Valid
Item 4	0,778	0,197	Valid
Item 5	0,736	0,197	Valid
Item 6	0,823	0,197	Valid
Item 7	0,854	0,197	Valid
Item 8	0,832	0,197	Valid

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada 8 item pernyataan variabel *Customer Satisfaction* yang dilakukan terhadap 100 orang responden menemukan bahwa sebanyak 8 item dinyatakan valid

dengan menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} ($> 0,197$).

Uji Reliabilitas

Tabel 8 Uji Reliabel Instrumen pada Variabel *Total Quality Service*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	13

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa 13 item pernyataan pada variabel *Total Quality Service* dinyatakan reliabel atau andal dengan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* (0,942) lebih besar daripada nilai koefisien korelasinya (0,6).

Tabel 9 Uji Reliabel Instrumen pada Variabel *Customer Satisfaction*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	8

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel *Customer Satisfaction* dinyatakan reliabel atau andal dengan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* (0,890) lebih besar daripada nilai koefisien korelasinya (0,6).

Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif pada variabel penelitian memuat gambaran tentang jumlah responden yang digolongkan berdasarkan hasil jawaban yang diperoleh dalam penelitian.

Total Quality Service

Pada variabel *Total Quality Service* dalam penelitian ini menggunakan 3 kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Distribusi

frekuensi variabel *Total Quality Service* pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Variabel *Total Quality Service*

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase (%)	Mean
4,21-5,00	Sangat tinggi	42	42,0	52,23
3,21-4,20	Tinggi	52	52,0	
2,61-3,20	Sedang	6	6,0	
1,81-2,60	Rendah	0	0,0	
1,00-1,80	Sangat Rendah	0	0,0	
Jumlah		100	100,0	

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada variabel *Total Quality Service* mayoritas responden tergolong kedalam kategori tinggi yaitu berjumlah 52 orang (52,0%), kemudian pada kategori sangat tinggi berjumlah 42 orang (42,0%), sedangkan pada kategori sedang berjumlah 6 orang (6,0%) dengan nilai *mean* yang diperoleh adalah sebesar 52,33. Secara rinci variabel *Total Quality Service* terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Penjabaran tanggapan responden perpernyataan pada variabel *Total Quality Service*. *Customer Satisfaction*

Pada variabel *Customer Satisfaction* dalam penelitian ini menggunakan 5 kategori yaitu sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas. Distribusi frekuensi variabel *Customer Satisfaction* pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 11 Distribusi Frekuensi Variabel Customer Satisfaction

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase (%)	Mean
4,21 – 5,00	Sangat Puas	42	42,0	32,78
3,21 – 4,20	Puas	56	56,0	
2,61 – 3,20	Cukup Puas	2	2,0	
1,81 – 2,60	Kurang Puas	0	0,0	
1,00-1,80	Tidak Puas	0	0,0	
Jumlah		100	100,0	

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian tergolong kedalam puas yaitu berjumlah 56 orang (56,0%), kemudian responden yang tergolong kedalam kategori sangat puas berjumlah 42 orang (42,0 %), sedangkan responden yang tergolong cukup puas berjumlah 2 orang (2,0%) dengan nilai mean yang diperoleh adalah sebesar 32,78. Secara rinci variabel *Customer Satisfaction* terdiri dari 4 dimensi yaitu *re-purchase*, menciptakan *word of mouth*, menciptakan citra merek, menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. Penjabaran tanggapan responden perpernyataan pada variabel *Customer Satisfaction*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 12 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sampel Kolmogorov Smirnov

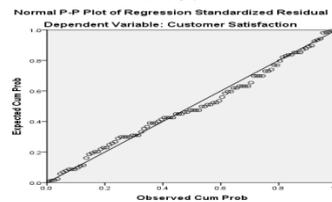
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Customer Satisfaction	Total Quality Service
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	32.78	52.23
	Std. Deviation	3.858	7.022
	Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080	.068
	Negative	-.068	-.074
Test Statistic		.080	.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 ^c	.195 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada variabel *Customer Satisfaction* dan *Total Quality Service* berdistribusi normal, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yang melebihi taraf yaitu sebesar 0,114 dan 0,195 ($p > 0,05$).

Gambar 2 Uji Normalitas dengan Menggunakan Grafik Normal P-P Plot



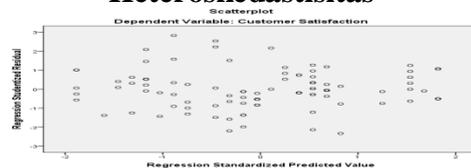
Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot berdistribusi normal dan asumsi terpenuhi, hal ini dibuktikan pada plot dan garis saling berhimpitan dan tidak beredar secara acak.

1. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji pada model regresi untuk melihat data apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik Scatter plot ZPRED dan SRESID, dapat dijabarkan sebagai berikut:

Gambar 3 Grafik Scatter Plot Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan gambar tersebut diketahui bahwa pada grafik *Scatter plot* ZPRED dan SRESID menunjukkan bahwa titik pada gambar tidak membentuk suatu pola

tertentu, sehingga asumsi asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji asumsi multikolinieritas digunakan uji *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 13 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error		Tolerance	VIF
1 (Constant)	17.105	2.449			
Total Quality Service	.300	.046		1.000	1.000

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF pada variabel Total Quality Service (X) sebesar 1,000, sehingga nilai VIF variabel bebas kurang dari 10 (VIF < 10) artinya tidak ditemukan masalah multikolinieritas dalam model sehingga asumsi multikolinieritas terpenuhi. Kemudian nilai *tolerance* pada penelitian ini sebesar 1,000 (> 0,10). Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan asumsi diterima.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi sederhana dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh satu variabel bebas (X). Uji regresi linear sederhana dapat dijabarkan sebagai berikut:

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan bertujuan untuk mengetahui mengenai pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji regresi sederhana antara *Total Quality Service* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y):

Tabel 14 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error
1 (Constant)	17.105	2.449
Total Quality Service	.300	.046

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Hasil persamaan antara variabel *Total Quality Service* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 17,105 + 0,300X$$

Berdasarkan persamaan berikut dapat diketahui bahwa nilai konstanta (a) sebesar 17,105 dengan tanda positif menunjukkan tanpa adanya pengaruh dari *Total Quality Service* (X), maka nilai *Customer Satisfaction* (Y) adalah 17,105. Kemudian nilai koefisien dari *Total Quality Service* (X) sebesar 0,300 menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara *Total Quality Service* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *Total Quality Service* (X) maka semakin tinggi pula *Customer Satisfaction* (Y). Dengan adanya peningkatan sebesar 1 pada *Total Quality Service* (X) akan memberikan pengaruh pada *Customer Satisfaction* (Y) sebesar 0,300.

Uji Kesesuaian Model (F)

Uji kesesuaian model pada penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah model yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai. Berikut adalah hasil uji kesesuaian model:

Tabel 15
Uji Kesesuaian Model (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	439.682	1	439.682	41.693	.000 ^b
	Residual	1033.478	9	10.546		
	Total	1473.160	9			

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini sudah sesuai atau hipotesis diterima. Hal ini dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar 41,693 lebih besar daripada F_{tabel} yaitu sebesar 3,9361 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang telah memenuhi taraf kesesuaian.

Uji Statistik (t)

Uji t pada penelitian ini digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel *Total Quality Service* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Hasil uji t dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 16 Hasil Uji Statistik (t)

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.105	2.449	6.984	.000
	Total Quality Service	.300	.046	.546	.000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Total Quality Service* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) dengan nilai t hitung yang di peroleh sebesar 6,457 yang lebih besar dari pada t tabel yaitu sebesar 1,66039, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh antara *Total Quality Service* (X)

terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Berikut penjabaran hasil uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	.298	.291	3.247

a. Predictors: (Constant), Total Quality Service

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat di ketahui bahwa hasil pengujian koefisien determinasi memiliki nilai R sebesar 0,546 dan termasuk ke dalam pengaruh yang cukup kuat dengan arah pengaruh yang positif. Nilai *R Square* sebesar 0,298 yang menunjukkan bahwa besar pengaruh antara *Total Quality Service* (X) terhadap *Customer Satisfaction* (Y) adalah sebesar 29.8% ($0,298 \times 100\%$), sedangkan 70,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *Total Quality Service* dalam penelitian ini berada pada kategori tinggi (52%). Hasil penelitian ini sejalan dengan Tobagus (2018) yang menemukan bahwa *quality service* berada pada kategori tinggi. Menurut Jayanti & Purwanti (2017) kategori tinggi dalam *quality service* artinya sebagian besar responden memberi respon baik terhadap bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati pada pelayanan di suatu operasional perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari pihak manajemen perhotelan telah melakukan pemberian pelayanan dengan cara pelayan dan *housekeeper* yang sigap saat pengunjung hotel datang dan pelayan mampu memberikan waktu

luang saat pengunjung setiap saat memanggilnya.

Hasil penelitian pada *Customer Satisfaction* yang dilakukan terhadap 100 responden Hotel Pesonna Pekanbaru menunjukkan bahwa sebanyak 56 orang (56,0%) yang menyatakan puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak hotel, dengan nilai *mean* yang diperoleh sebesar 32,78. *Customer Satisfaction* pada penelitian ini terdiri dari empat dimensi yaitu *re-purchase*, menciptakan *word of mouth*, menciptakan citra merek, menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi *re-purchase* pada variabel *Customer Satisfaction* terhadap pelanggan Hotel Pesonna Pekanbaru menunjukkan bahwa sebanyak 53 orang (53,0%) yang memiliki kepuasan yang tergolong kedalam kategori sangat puas, kemudian sebanyak 46 orang (46,0%) menyatakan cukup puas, sedangkan 1 orang (1,0%) yang menyatakan cukup puas terhadap pelayanan yang di berikan Hotel Pesonna Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi menciptakan *world of mouth* pada variabel *Customer Satisfaction* terhadap pelanggan Hotel Pesonna Pekanbaru menemukan bahwa mayoritas responden menyatakan puas yaitu sebanyak 56 orang (56,0%), kemudian sebanyak 42 orang (42,0%) menyatakan cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Pesonna Pekanbaru, sedangkan sebanyak 2 orang (2,0%) yang menyatakan cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel Pesonna Pekanbaru. Dimensi menciptakan *world of mouth* diukur berdasarkan keinginan untuk merekomendasikan dan menyarankan kepada kerabat terdekat.

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi menciptakan citra merek pada variabel *Customer Satisfaction* menemukan bahwa mayoritas responden yaitu berjumlah 50 orang (50,0%) menyatakan puas terhadap pelayanan Hotel Pesonna Pekanbaru dan akan loyal menggunakan jasa Hotel Pesonna Pekanbaru. Kemudian sebanyak 29 orang (29,0%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan Hotel Pesonna Pekanbaru, namun sebanyak 21 orang (21,0%) menyatakan cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel Pesonna Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari masih banyak responden yang menjawab kurang setuju terhadap tidak mempertimbangkan iklan atau promosi dari hotel lain. Pada dimensi menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama pada variabel *Customer Satisfaction* menemukan bahwa mayoritas responden yaitu berjumlah 55 orang (55,0%) menyatakan puas, kemudian sebanyak 23 orang (23,0%) menyatakan cukup puas, sedangkan sebanyak 22 orang (22,0%) yang menyatakan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel Pesonna Pekanbaru dan tertaik untuk mencoba Hotel Pesonna di cabang lainnya serta tertaik tuk memeli atau menggunakan jasa lain yang ditawarkan Hotel Pesonna Pekanbaru.

Terdapat pengaruh yang signifikan penerapan *Total Quality Service* (TQS) terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh *Total Quality Service* (TQS) terhadap *customer satisfaction* adalah sebesar 29,8%, termasuk kedalam pengaruh yang cukup kuat dan memiliki arah yang positif. Hal ini berarti total *quality*

service yang diberikan pihak di hotel Pesonna cabang Pekanbaru dapat memengaruhi kepuasan pelanggannya hingga 29,8% dan 70,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggannya yang tidak di analisis dalam penelitian ini. Besarnya pengaruh tersebut diduga karena kualitas layanan pada bukti fisik dan kehandalan yang diberikan oleh pihak hotel. Hal ini sejalan dengan Munawaroh, (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, berdasarkan penelitian Mayasari dan Darmansyah (2016) menemukan bahwa *Total Quality Service* akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

simpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan *Total Quality Service* (TQS) terhadap *Customer Satisfaction* pada Hotel Pesonna Cabang Pekanbaru. Mayoritas penilaian konsumen terhadap *Total Quality Service* yang diberikan pihak Hotel Pesonna tergolong kedalam kategori tinggi. Kepuasan pelanggan sebagian besar tergolong kedalam kategori puas.

Saran

1. Bagi Hotel Pesonna Pekanbaru

Disarankan bagi pihak manajemen Hotel Pesona untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan jaminan (*assurance*) terhadap privasi dan kenyamanan konsumen ketika menggunakan jasa Hotel Pesonna pekanbaru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk dapat menjadikan

penelitian ini sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian lanjutan serta sebagai pertimbangan dalam memperdalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan (Total Quality Service) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariahdi Bima. *Al-Ittihad Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam*, 1(1), 35–47.
- Ajis, R. A., & Sulistyani, A. (2020). Kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan room boy hotel grand jatra Pekanbaru. *JOM FISIP*, 7(1), 1–11.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Aziz, S. (2012). Total Quality Education (TQS) Sebuah Laternatif Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *al-maktabah*, 11(1), 51–60.
- Dakael, J., & Ralahallo, F. N. (2017). Analisis Kendala-Kendala Potensial dalam Penerapan Total Quality Service pada Hotel-Hotel di Kota Ambon. *Jurnal Manis*, 1(1), 10–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30598/manis.v1i1.152>
- Fransisca. (2015). *Mengukur Kepuasan Pemustaka : Menggunakan Metode LibQUAL+TM*. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro Press.
- Jayanti, N. D., & Purwanti, S. (2017). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness,

- Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *E-Journal Student PEND. TEKNIK BOGA-S1*, 6(1).
- Khan, I. (2012). Impact of Customers Satisfaction And Customers Retention on Customer Loyalty. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 1(2).
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016a). *Manajemen pemasaran, analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016b). *Marketing an Introduction* (11th Editi). Pearson Education Inc.
- Madah, E., Subagio, H., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Customer Satisfaction Di Coffe Bean Galaxy Mall Surabaya*. 1(2), 1–6.
- Munawaroh, M. (2015). *Manajemen Operasi*. LP3M.
- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.
- PT. Pesonna Indonesia Jaya. (2018). *Pesonna Hotel Pekanbaru*. Pesonna Indonesia Jaya.
- Ramadhan, J. P. (2019). *The Influence of Price, Facilities Availabilities, Service Quality on Customer Satisfaction A Case Study of Hotel in Chiang Mai, Thailand*.