

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU
DI ALAHAN PAN JANG RESORT KABUPATEN SOLOK**



JULLEI AMEL

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PEHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

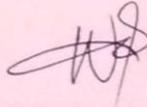
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI
ALAHAN PAN JANG RESORT KABUPATEN SOLOK

JULLEI AMEL

*Jurnal ini Disusun Sesuai dengan Skripsi Jullei Amel untuk Persyaratan Wisuda
Periode September 2017 dan Telah Diperiksa/Disetujui oleh Kedua Pembimbing*

Padang, Agustus 2017

Pembimbing I



Waryono, S.Pd, MM.Par
NIP.19810330 2006 04 1003

Pembimbing II



Feri Ferdian, SST, MM
NIDN. 0026029201

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI ALAHAN PANJANG RESORT KABUPATEN SOLOK

Jullei Amel¹, Waryono², Feri²
Program Studi Manajemen Perhotelan
FPP Universitas Negeri Padang
email: julleiamel9795@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan tamu. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode assosiatif kausal. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 56 orang. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Teknik analisis dengan uji regresi linear sederhana. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil: (1) Kualitas Pelayanan berada pada kategori kurang baik (55.36%), (2) Kepuasan tamu berada pada kategori tidak puas (44.64%), (3) Hasil uji hipotesis regresi linear sederhana diperoleh F hitung dengan sig. $0,000 < 0,05$, maka variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan tamu secara signifikan, dengan R Square sebesar 0,372 yang mana terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu sebesar 33,5%.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan tamu

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO GUEST SATISFACTION AT ALAHAN PANJANG RESORT KABUPATEN SOLOK

Abstract

This research aims to know the influence of service quality toward guest satisfaction at Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok. This research of two variables i.e service quaity and guest satisfaction. Type of this research is quantitative descriptive with causal assosiatif method. The number of samples in this research amounted to 56 people. The technique of sampling with purposive sample. Analysis technique with a simple regression test. Based on the research that has been done then the obtained results : (1) the service quality is not good category (55.36%), (2) guest satisfaction are not satisfied category (44.64%), (3) hypothesis test result of simple linear regression obtained f countdown with sig. $0,000 < 0,05$, then the service quality variables can explain the guest satisfaction significantly with the R Square of 0,372 that is where there is the influence of service quaity toward guest satisfaction of 33,5%.

Keyword: service quality, guest satisfaction

¹Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode September 2017

²Dosen Jurusan Pariwisata FPP-UNP

A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan nasional. Peranan pariwisata di Indonesia sangat dirasakan manfaatnya, karena pembangunan dalam sektor pariwisata serta pendayagunaan sumber potensi kepariwisataan menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk memperbesar pendapatan negara, memperluas lapangan pekerjaan, kesempatan berusaha bagi masyarakat setempat, mendorong pembangunan daerah serta memperkenalkan alam, nilai budaya dan negara.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi kepariwisataan adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat merupakan daerah yang memiliki potensi besar di bidang pariwisata. Potensi tersebut sangat beragam dan tidak kalah dengan daerah lain. Salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki potensi wisata adalah Kabupaten Solok.

Kabupaten Solok memiliki pesona alam yang tidak dimiliki daerah lain seperti pesona Gunung Talang yang masih aktif, hamparan hijau kebun teh, hasil pertanian Bawah Solok, Danau Talang, Danau Singkarak, Danau Diatas, Danau Dibawah, akomodasi, serta banyak lainnya. Bidang akomodasi juga membuka peluang bisnis yang besar bagi para pengusaha dan masyarakat Kabupaten Solok pada umumnya.

Menurut Widyawati (2006: 73) jasa perhotelan merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan berbagai jenis layanan (*service*) seperti; layanan penginapan, penyiapan makanan dan minuman. Jika sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan

utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, seiring dengan terjadinya perkembangan kini konsumen lebih mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti pelayanan atau kualitas layanan tersebut.

Salah satu kunci sukses dari setiap bisnis adalah kualitas yang ditawarkan mampu memenuhi ekspektasinya melalui produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga yang rasional, perusahaan akan memperoleh profit dari konsumen yang terpuaskan. Menurut Matilla dalam (Sutomo, 2012) pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif mengenai suatu perusahaan akan berdampak pada citra perusahaan tersebut dimata pelanggan sehingga pelanggan beralih menggunakan produk pesaingnya.

Menurut Ahmed *et.al.* (2010), keberhasilan jangka panjang suatu organisasi tergantung pada banyak faktor. Untuk mencapai tingkat keberhasilan organisasi tersebut harus mencoba untuk memuaskan pelanggannya dengan menyediakan layanan berkualitas terbaik. Pelanggan yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang dirasakan, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Penulis melakukan observasi dengan menyebarkan angket mengenai kepuasan tamu dan kualitas pelayanan kepada 10 orang responden yang merupakan tamu Alahan Panjang Resort, tidak terpenuhinya kebutuhan tamu

akan *amenitis* selama menginap, tidak adanya keinginan tamu untuk menginap kembali, tamu enggan untuk merekomendasikan *resort* kepada orang lain, adanya keluhan tamu mengenai kondisi *resort* yang tidak terawatt, pelayanan petugas Alahan Panjang Resort yang tidak ramah, tidak adanya tanggapan dari petugas terhadap komplain tamu, kecepatan petugas dalam pelayanan, hal ini dirasakan tamu ketika menunggu *check-in* diperlukan waktu yang cukup lama, *security* resort yang tidak *standby* pada malam hari karena *security* berada di pos hanya sampai jam 8 malam. Semua permasalahan yang telah diuraikan tentu berpengaruh terhadap tamu dan juga pendapatan Alahan Panjang Resort. tentu hal ini wajar di dalam sebuah usaha, tetapi peningkatan kepuasan tamu dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan semaksimal mungkin sehingga akan memajukan Alahan Panjang Resort.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok.

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 56 orang. Diambil menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer dalam penelitian ini adalah data penilaian tamu mengenai kualitas pelayanan Alahan Panjang Resort dengan menyebarkan kuesioner (angket). Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data jumlah menginap di Alahan Panjang Resort.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Dengan persentase dan tingkat ketercapaian responden pada masing-masing indikator, dihitung dengan teknik klasifikasi menurut Arikunto (2010), yaitu:

- a. Kategori sangat baik : $\geq (Mi + 1,5 Sdi) - \text{Keatas}$
- b. Kategori baik : $(Mi + 0,5 Sdi) - < (Mi + 1,5 Sdi)$
- c. Kategori cukup : $(Mi - 0,5 Sdi) - < (Mi + 0,5 Sdi)$
- d. Kategori buruk : $(Mi - 1,5 Sdi) - < (Mi - 0,5 Sdi)$
- e. Kategori sangat buruk : $< (Mi - 1,5 Sdi) - \text{Kebawah}$

Untuk menentukan skor rata-rata ideal digunakan patokan kurva normal sebagai berikut:

$$Mi = 1/2 (\text{skor ideal maksimum} + \text{skor ideal minimum})$$

$$Sdi = 1/6 (\text{skor ideal maksimum} - \text{skor ideal minimum})$$

Dimana: Mi = Skor rata-rata ideal

Sdi = Simpangan baku

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Kualitas Pelayanan

Setelah diperoleh data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 21 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor ke dalam 5 kategori untuk melihat tingkat pencapaian

reponden, hasil penelitian kualitas pelayanan secara keseluruhan termasuk dalam kategori kurang baik berada pada persentase sebesar 55,36%, terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	≥ 84	0	0,00%
Baik	70 – 84	2	3,57%
Kurang Baik	56 – 59	31	55,36%
Tidak Baik	42 – 55	20	35,71%
Sangat Tidak Baik	<42	3	5,36%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

Hasil distribusi frekuensi 56 responden dengan variabel kualitas pelayanan berdasarkan indikator dapat dilihat sebagai berikut:

1) Bukti Fisik (*Tangible*)

Data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik yang terdiri dari 3 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, penelitian indikator bukti fisik termasuk dalam kategori kurang baik berada pada persentase sebesar 58,93%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan dengan Indikator Bukti Fisik

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	≥ 12	0	0,00%
Baik	10 – <12	2	3,57%
Kurang Baik	8 – <10	24	58,93%
Tidak Baik	6 – <8	20	28,57%
Sangat Tidak Baik	<6	10	8,93%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

2) Empati (*Emphaty*)

Data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dengan indikator empati terdiri dari 4 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator empati termasuk dalam kategori kurang baik berada pada persentase sebesar 58,93%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan dengan Indikator Empati

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 16,05$	0	0,00%
Baik	13,35 – <16,05	2	3,57%
Kurang Baik	10,65– <13,35	33	58,93%
Tidak Baik	7,95 – <10,65	21	37,50%
Sangat Tidak Baik	<7,95	0	0,00%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

3) Keandalan (*Reliability*)

Data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dengan indikator keandalan terdiri dari 5 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator keandalan termasuk dalam kategori tidak baik berada pada persentase sebesar 46,43%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan dengan Indikator Keandalan

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 19,95$	2	3,75%
Baik	16,65 – <19,95	7	12,50%
Kurang Baik	13,35 – <16,65	21	37,50%
Tidak Baik	10,05 – <13,35	26	46,43%
Sangat Tidak Baik	<10,05	0	0,00%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

4) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap terdiri dari 4 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator daya tanggap termasuk dalam kategori kurang baik berada pada persentase sebesar 51,79%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan dengan Indikator Daya Tanggap

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 16,05$	0	0,00%
Baik	13,35 – <16,05	5	8,93%
Kurang Baik	10,65– <13,35	29	51,79%
Tidak Baik	7,95 – <10,65	22	39,29%
Sangat Tidak Baik	<7,95	0	0,00%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

5) Jaminan (*Responsiveness*)

Data distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap terdiri dari 5 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator jaminan termasuk dalam kategori tidak baik berada pada persentase sebesar 39,29%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan dengan Indikator Jaminan

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 19,95$	0	0,00%
Baik	16,65 – <19,95	12	21,43%
Kurang Baik	13,35 – <16,65	19	33,93%
Tidak Baik	10,05 – <13,35	22	39,29%
Sangat Tidak Baik	<10,05	3	5,36%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

b. Kepuasan Tamu

Setelah diperoleh data distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu yang terdiri dari 10 pernyataan disebarikan kepada 56 orang responden kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden maka gambaran kategori penilaian hasil penelitian, kepuasan tamu secara keseluruhan termasuk dalam kategori tidak puas berada pada persentase sebesar 44,64%, terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu di Alahan Panjang Resort

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$\geq 39,75$	0	0,00%
Puas	$33,35 - < 39,75$	5	8,93%
Kurang Puas	$26,65 - < 33,35$	21	37,50%
Tidak Puas	$20,25 - < 26,65$	25	44,64%
Sangat Tidak Puas	$< 20,25$	5	8,93%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

Hasil distribusi frekuensi 56 responden dengan variabel kualitas pelayanan berdasarkan indikator dapat dilihat sebagai berikut:

1) Tercapainya Harapan Tamu

Data distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu dengan indikator tercapainya harapan tamu terdiri dari 2 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator tercapainya harapan tamu termasuk dalam kategori tidak puas berada pada persentase sebesar 46,43%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu dengan Indikator Tercapainya Harapan Tamu

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$\geq 7,95$	3	5,36%
Puas	$6,65 - < 7,95$	5	8,93%
Kurang Puas	$5,35 - < 6,65$	15	26,79%
Tidak Puas	$4,05 - < 5,35$	26	46,43%
Sangat Tidak Puas	$< 4,05$	7	12,50%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

2) Terpenuhiya Kebutuhan Tamu

Data distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu dengan indikator terpenuhiya kebutuhan tamu terdiri dari 2 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator terpenuhiya kebutuhan tamu termasuk dalam kategori tidak puas berada pada persentase sebesar 66,07%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu dengan Indikator Terpenuhiya Kebutuhan Tamu

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$\geq 7,95$	0	0,00%
Puas	$6,65 - < 7,95$	0	0,00%
Kurang Puas	$5,35 - < 6,65$	14	25,00%
Tidak Puas	$4,05 - < 5,35$	37	66,07%
Sangat Tidak Puas	$< 4,05$	5	8,93%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

3) Tercapainya Keinginan Tamu

Data distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu dengan indikator tercapainya keinginan tamu terdiri dari 2 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator tercapainya keinginan tamu termasuk dalam

kategori tidak puas berada pada persentase sebesar 67,86%, pada

Tabel berikut:

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu dengan Indikator Tercapainya Keinginan Tamu

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$\geq 7,95$	0	0,00%
Puas	$6,65 - < 7,95$	1	1,79%
Kurang Puas	$5,35 - < 6,65$	8	14,29%
Tidak Puas	$4,05 - < 5,35$	38	67,86%
Sangat Tidak Puas	$< 4,05$	9	16,07%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

4) Keinginan untuk Memakai Produk/ Jasa Kembali

Data distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu dengan indikator keinginan untuk memakai produk/ jasa kembali terdiri dari 2 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator keinginan untuk memakai produk/ jasa kembali termasuk dalam kategori kurang puas berada pada persentase sebesar 44,64%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu dengan Indikator Keinginan untuk Memakai Produk/ Jasa Kembali

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$\geq 7,95$	0	0,00%
Puas	$6,65 - < 7,95$	2	3,57%
Kurang Puas	$5,35 - < 6,65$	25	44,64%
Tidak Puas	$4,05 - < 5,35$	23	41,07%
Sangat Tidak Puas	$< 4,05$	6	10,71%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

5) Keinginan untuk Merekomendasikan Produk/ Jasa

Data distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu dengan indikator keinginan untuk merekomendasikan produk/ jasa terdiri

dari 2 pernyataan kemudian diklasifikasikan melalui skor pencapaian responden, hasil penelitian indikator keinginan untuk merekomendasikan produk/ jasa termasuk dalam kategori kurang puas berada pada persentase sebesar 46,43%, seperti terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu dengan Indikator Keinginan untuk Merekomendasikan

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Puas	$\geq 7,95$	0	0,00%
Puas	$6,65 - < 7,95$	7	12,50%
Kurang Puas	$5,35 - < 6,65$	26	46,43%
Tidak Puas	$4,05 - < 5,35$	18	32,14%
Sangat Tidak Puas	$< 4,05$	5	8,93%
Total		56	100,00%

Sumber: *Data Primer, 2017* (Diolah)

c. Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana diperoleh nilai Fhitung 27.250 dengan sig. $0,000 < 0,05$ artinya variabel X dapat menjelaskan variabel Y secara signifikan. Jadi variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan tamu, maka H_a diterima dan diperoleh nilai R Square 0,372 serta pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 33,5 %.

2. Pembahasan

Berdasarkan analisis penelitian kualitas pelayanan berada pada persentase sebesar 55,36% kategori kurang baik. Dengan demikian dapat digambarkan kualitas pelayanan kurang baik di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok.

Layanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan konsumen (*expected service*), maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik. Jika layanan yang diterima (*perceived service*) melebihi layanan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika layanan yang diterima (*perceived service*) lebih jelek dibandingkan layanan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas layanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2012). Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Alahan Panjang Resort. Jika pelayanan yang diterapkan sesuai dengan harapan tamu maka dapat dikatakan kualitas pelayanan di Alahan Panjang Resort sangat baik, sebaliknya jika pelayanan yang diterapkan tidak sesuai dengan harapan tamu dapat dikatakan buruk.

Berdasarkan analisis penelitian kepuasan tamu berada pada persentase sebesar 44,64% kategori tidak puas. Dengan demikian dapat digambarkan tamu tidak puas di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok.

Menurut Umar (2005: 65), “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama”. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu membuat tamu merasa puas sehingga tamu akan menggunakan jasa kembali dan meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok. Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh nilai Fhitung 27.250 dengan sig. $0,000 < 0,05$ artinya variabel X dapat menjelaskan variabel Y secara signifikan. Jadi variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan tamu, maka H_a diterima.

Selanjutnya koefisien regresi sebesar 0,372 pada sig. $0,000 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan 0,372 satuan kepuasan tamu, dan nilai R Square 0,335 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 33,5%.

Menurut Gerson (2002: 24), “Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapan telah terpenuhi atau terlampaui, jika pelanggan berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik, jika tidak pelanggan akan kecewa. Maka perusahaan harus menemukan cara untuk mengatasi masalah tersebut sehingga pelanggan bisa menjadi puas”.

C. Kesimpulan Dan Saran

1. Kesimpulan

- a. Kualitas Pelayanan di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok secara keseluruhan termasuk dalam kategori kurang baik berada pada persentase sebesar 55,36%.
- b. Kepuasan Tamu di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok secara keseluruhan termasuk dalam kategori tidak puas berada pada persentase sebesar 44,64%.

- c. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Alahan Panjang Resort Kabupaten Solok sebesar 33,5% dan 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian setiap peningkatan sebesar 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan 0,372 satuan kepuasan tamu.

2. Saran

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok diharapkan mampu memperhatikan dan menumbuhkan kualitas pelayanan karyawan yang lebih baik lagi, hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan tentang pelayanan yang baik sehingga karyawan dapat menjalankan tugas dengan optimal dengan tujuan memenuhi semua harapan dari kepuasan tamu. Bagi Program Studi Manajemen Perhotelan disarankan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi aspek bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan seperti penambahan fasilitas, staff tenaga pendidikan dan teknisi. Bagi Peneliti Berikutnya disarankan untuk mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan citra *resort* serta dapat lebih mendalami konsep kualitas pelayanan seperti, mutu produk, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Waryono, S.Pd, MM.Par dan Pembimbing II Feri Ferdian, SST, MM

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmed, Isfaq, Nawas, Muhamad, Usman Ahmad dan Iqbal Hassan. 2010. *Impact of Service Quality on Customers Satisfaction. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 1(12).
- Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Cetakan kedua, Jakarta: PPM. Griffin, Jill. 2005
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Widyawati, Nurul. 2006. *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen*. *Ekuitas* Vol. 12 No. 1 Maret 2008: 72-93.