

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL MUTIARA MERDEKA PEKANBARU

Yosi Hairunnisak¹, Hichmaed Tachta Hinggo S² dan Fitri Ayu Nofirda³
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Pekanbaru, Riau
e-mail : yhairunnisak@gmail.com

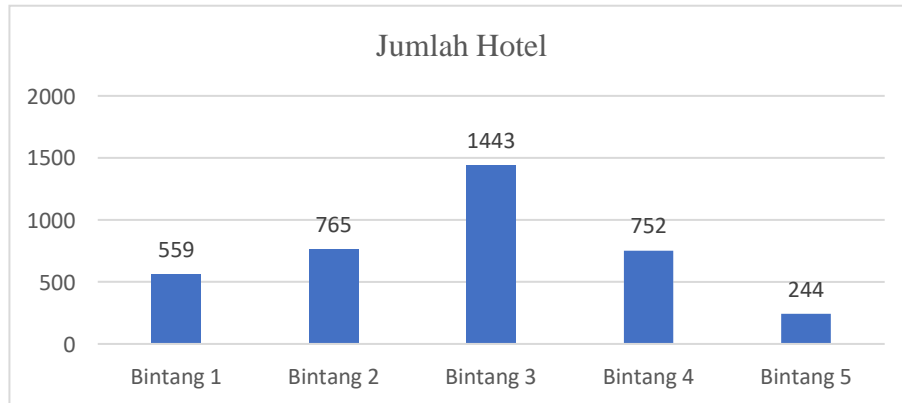
Abstrak

Kepuasan telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan terutama pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan seperti hotel. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Process, people dan physical evidence terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian dilakukan secara kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru. Populasi adalah konsumen pada hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru yang jumlahnya tidak diketahui, dengan rumus Hair et al maka sampel dalam penelitian ditetapkan sebanyak 150 orang pelanggan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Process memiliki pengaruh positif dan signifikan, begitu juga dengan people juga memiliki pengaruh positif dan signifikan dan physical evidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Process, People, Physical Evidence dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kepuasan telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Menurut Zikri dan Harahap (2022) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. Ketika apa yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas terutama pada konsumen hotel. Hotel merupakan salah satu sarana akomodasi yang digunakan bagi para pelakubisnis maupun wisatawan sebagai tempat tinggal sementara untuk beristirahat, maupun tempat untuk makan dan minum. Berikut adalah gambar hotel yang ada di Indonesia berdasarkan jenisnya adalah sebagai berikut :



Sumber : databoks.katadata.co.id, 2023

Gambar 1. Gambaran Hotel Berdasarkan Bintang

Berdasarkan gambar 1. diatas menjelaskan hotel yang ada di Indonesia didominasi oleh hotel dengan status bintang 3 yang diikuti oleh hotel bintang 2 dan 4 serta hotel bintang 5 yang paling sedikit. Salah satu hotel yang di Indonesia adalah Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru yang beralamatkan di Jalan Yos Sudarso No.12-A Kampung Bandar, Kp. Baru, Kec. Senapelan, Kota Pekanbaru, Riau 28154. Berikut adalah perkembangan jumlah pengunjung yang datang ke Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru selama tahun 2018 – 2022 adalah sebagai berikut :



Sumber : Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru, 2023

Gambar 2. Gambaran Jumlah Pengunjung Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru 2018 - 2022

Berdasarkan gambar 2. diatas menjelaskan bahwa selama tahun 2019 sampai tahun 2022, jumlah pengunjung pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru mengalami penurunan yang tidak signifikan. Kejadian ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan – keunggulan yang dimiliki perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Lupiyoadi (2016) memberikan kepuasan konsumen merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan tidak puas akan membuat mereka lari ke pesaing, artinya perusahaan akan kehilangan konsumen. Kehilangan satu konsumen berdampak sangat besar baik dalam jangka pendek dalam bentuk kehilangan *revenue* penjualan dan dampak pertumbuhan perusahaan jangka panjang. Secara umum tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan.

Berikut adalah jenis komplain yang sering dialami oleh pengunjung Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru selama Tahun 2018 - 2022 :

Tabel 1. Jenis Komplain pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru 2018 - 2022

No	Pernyataan	Tahun					Jumlah
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Fasilitas yang rusak dan kurang memadai (Kursi yang rusak, keran air yang macet, AC bocor, Shower macet dan TV yang tidak menyala serta Wifi yang kurang Stabil)	14	15	18	20	22	89
2	Pelayanan yang kurang baik dan terkesan kurang ramah	5	9	11	12	15	52
3	Kamar yang kurang nyaman	11	15	13	14	12	65
4	Kurangnya kebersihan kamar (kotor dan berbau tidak sedap)	9	11	12	13	15	60
5	Harga yang tidak sesuai dengan harapan	7	6	7	7	8	35
6	Pelayanan yang lama	6	7	8	8	8	37

Sumber : Data Olahan 2023

Indrasari (2019) menjelaskan bahwa memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan yang menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, yang mana dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya *Process*, *people* dan *physical evidence*.

Menurut Lailla (2020) *Process* merupakan segala prosedur faktual, sistem, dan aliran kegiatan yang dipergunakan untuk penyampaian jasa. Adapun *Process* pelayanan yang diberikan oleh manajemen Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru dalam memuaskan konsumennya seperti memberikan kemudahan dalam reservasi melalui nomor pelayanan maupun bekerjasama dengan travel agent agar mempermudah konsumen dalam pemesanan kamar. Namun permasalahan yang sering terjadi seperti komunikasi yang tidak berjalan baik dengan pihak travel agent yang menyebabkan nama pemesan tidak terdaftar, selain itu adanya sistem yang eror dan terjadinya pemesanan ganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya dan Yulianty (2017) dan Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan bahwa *Process*, juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara penelitian yang dilaksanakan oleh Setianto et al (2020) dan Lailla (2020) juga menjelaskan *Process* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Setianto (2020) *people* adalah individu yang memiliki keterampilan interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

Pendapat dari ahli lain menyatakan bahwa Partisipan. Fenomena *people* yang ada di Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru merupakan orang – orang atau karyawan pilihan yang direkrut oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dalam mencapai tujuan perusahaan, terutama didalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al (2020) dan Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan bahwa *people* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Wowor (2018) menjelaskan bahwa *people* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen adalah *physicall evidence*. Menurut Setianto (2020) *physicall evidence* adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. *Physicall evidence* merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang mempunyai arti penting bagi suatu usaha jasa untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al (2020) dan Karinto et al (2021) yang juga menjelaskan *physicall evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan *physicall evidence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah disampaikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Process* terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru, (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru dan (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *physicall evidence* terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka

KAJIAN PUSTAKA

Telaah Pustaka

Kepuasan

Konsumen

Menurut Daeli et al (2020) kepuasan konsumen merupakan tingkat keadaan yang di rasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Kepuasan dapat di artikan sebagai rasa senang dan kerelaan seseorang di karenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Menurut Kotler (2016) menjelaskan kepuasan konsumen merupakan tingkat keadaan yang di rasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan produk yang di rasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya kemantapan, kebiasaan, memberikan rekomendasi kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang.

Process

Menurut Surahman et al (2021) menjelaskan Process dalam jasa merupakan unsur utama dalam bauran pemasaran jasa, hal ini dikarenakan pelanggan akan seringkali merasakan penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Agar tujuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai maka dibutuhkan kerja sama antara pemasaran dan operasional didalam dimensi Process ini, terutama dalam hal pelayanan akan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Basu (2018) menjelaskan terdapat beberapa indikator dalam mengukur *Process* diantaranya kecepatan, kemudahan, ketelitian dan penyampaian terhadap keluhan.

People

Menurut Tjiptono dan Chandar (2015) *people* merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran jasa. Setiap orang merupakan *part time marketer* yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada *output* yang diterima konsumen. Oleh sebab itu setiap organisasi jasa (terutama yang tingkat dengan konsumennya tinggi) harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari karyawan dalam interaksinya dengan konsumen. Menurut Bilson (2018) menjelaskan terdapat beberapa indikator dalam mengukur *people* diantaranya kompetensi, kesopanan, selektif dan komunikatif.

Physical Evidence

Menurut Kotler dan Keller (2019) adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik adalah segala sesuatu baik keadaan. Bukti fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan jasa. Menurut Assauri (2017) menjelaskan terdapat beberapa indikator dalam mengukur *physical evidence* diantaranya lingkungan, tata letak dan fasilitas.

Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis Pengaruh *Process* Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) *Process* merupakan prosedur, alur kegiatan, sikap pembuat kebijakan serta bentuk penyampaian layanan menentukan keberhasilan pemasaran jasa. *Process* sangat penting dikarenakan jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Apabila segala aktifitas yang dilakukan dalam serangkaian *Process* penyampaian jasa kepada pasien berjalan efektif dan sesuai

dengan keinginan dan harapan pasien maka hal ini dapat menimbulkan kepuasan pasien. Menurut Lailla (2020) *Process* merupakan segala prosedur faktual, sistem, dan aliran kegiatan yang dipergunakan untuk penyampaian jasa. Bagi pemasaran jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat begitu penting dalam bagian *Process* ini, lebih lebih dalam melayani semua kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya dan Yuliastanty (2017) dan Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan bahwa *Process*, juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara penelitian yang dilaksanakan oleh Setianto et al (2020) dan Lailla (2020) juga menjelaskan *Process* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sesuai dengan pendapat dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Pengaruh *People* Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014) *people* merupakan semua orang yang berperan dalam memberikan layanan sehingga mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Setianto (2020) *people* adalah individu yang memiliki keterampilan interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Pendapat dari ahli lain menyatakan bahwa Partisipann *People* adalah semua orang yang memainkan peranan dalam penyajian layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al (2020) dan Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan bahwa *people* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Wowor (2018) menjelaskan bahwa *people* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sesuai dengan pendapat dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2 : *People* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

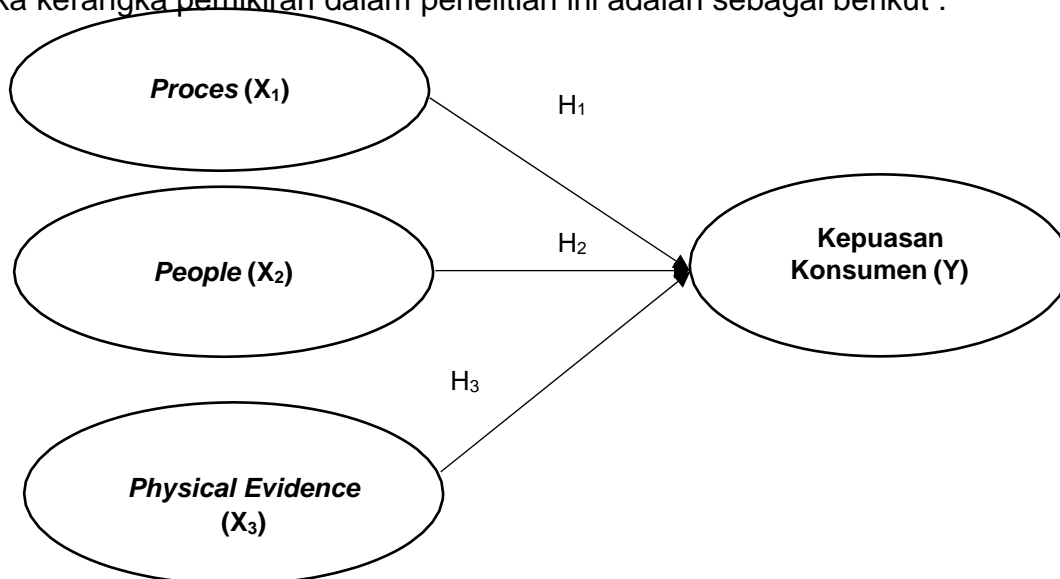
Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Linggo dan Bernarto (2021) *Physical evidence* merupakan atribut yang langsung terlihat antara lain bangunan fisik atau lingkungan, perlengkapan, peralatan, logo, warna maupun barang- barang lainnya, yang ikut mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Setianto (2020) adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. *Physical Evidence* adalah bukti secara fisik merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al (2020) dan Karinto et al (2021) yang juga menjelaskan *physical evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan *physical evidence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sesuai dengan pendapat dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 : *Physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Sesuai dengan penjelasan mengenai hubungan antar variabel yang sudah dijelaskan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru yang beralamatkan di Jalan Yos Sudarso No.12-A Kampung Bandar, Kp. Baru, Kec. Senapelan, Kota Pekanbaru, Riau 28154. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dengan rumus Hair et al, maka sampel dalam penelitian ditetapkan sebanyak 150 orang.

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer melalui penyebaran angket yang berisikan pernyataan mengenai indikator penelitian dari masing – masing variabel dan data sekunder yang bersumber dari website resmi perusahaan mengenai sejarah berdirinya perusahaan dan bagan struktur organisasi serta tanggung jawab pada masing – masing divisi di perusahaan.

Uji Pendahuluan

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu angket. Suatu angket dikatakan sah jika pernyataan pada angket mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item total correlation* adalah dengan melihat nilai 0,30 apabila nilai CITC > 0,30 maka indikator pernyataan dikatakan valid sedangkan sebaliknya apabila nilai CITC < 0,30 maka indikator pernyataan dikatakan tidak valid.

Uji reliabilitas adalah pengukuran untuk suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Reliabilitas suatu konstruk/variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistic *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2018). Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

Uji Asumsi

Klasik Uji

Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi

yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka toleransi mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji glejser adalah (1) Jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas dan (2) Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan

Model Uji

Simultan (Uji F)

Uji F adalah salah satu metode untuk menguji dan mengetahui pengaruh utama dan pengaruh interaksi dari variabel dependen terhadap satu atau lebih variabel independent. Untuk mengetahui variabel independent memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel dependen secara simultan untuk setiap variabel (Sugiyono, 2016).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besarnya koefisien determinasi dalam suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependent.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS*. Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini mayoritas-mayoritas pengunjung Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru memiliki rentang usia antara 26 – 35 Tahun yang berjumlah 49 orang atau sebesar 32,7% dengan jenis kelamin mayoritas pengunjung Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru memiliki rentang usia antara 26 – 35 Tahun yang berjumlah 49 orang atau sebesar 32,7%. Pendapatan konsumen rata – rata antara Rp 2.500.000 sampai Rp 5.000.0000 yang berjumlah 85 orang atau sebesar 56,7% dengan latar belakang pekerjaan sebagai karyawan swasta yang berjumlah 58 orang atau sebesar 38,2% dan sudah 2 – 3 kali menginap yang berjumlah 67 orang atau sebesar 44,7%.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Hasil analisis deskriptif variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dimana variabel *proces* (X1) menunjukkan nilai rata – rata sebesar 3,77 tergolong kedalam kriteria baik, variabel *people* (X2) menunjukkan nilai rata – rata sebesar 3,53 tergolong kedalam kriteria baik dan variabel *physical evidence* (X3), menunjukkan nilai rata – rata sebesar 3,64 tergolong kedalam kriteria baik serta variabel kepuasan konsumen (Y), menunjukkan nilai rata – rata sebesar 3,97 tergolong kedalam kriteria baik.

Uji Pendahuluan

Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang akan digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Dimana nilai *corrected item-total correlation* (CICT) yang dihasilkan pada masing – masing item pernyataan lebih besar dibandingkan sebesar 0,30 maka dapat disimpulkan seluruh item dinyatakan valid. Sementara hasil uji reliabilitas dimana *alpha cronbach's* yang dihasilkan pada masing – masing variabel lebih dari 0,60 maka dapat disimpulkan instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validiatas

N o	Variabel	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterang an
1		Pernyataan-1	0.769	0.1603	Valid
2		Pernyataan-2	0.467	0.1603	Valid
3		Pernyataan-3	0.693	0.1603	Valid
4		Pernyataan-4	0.612	0.1603	Valid
5		Pernyataan-5	0.346	0.1603	Valid
6	Proces (X1)	Pernyataan-6	0.761	0.1603	Valid
7		Pernyataan-7	0.755	0.1603	Valid
8		Pernyataan-8	0.345	0.1603	Valid
9		Pernyataan-9	0.609	0.1603	Valid
10		Pernyataan-10	0.493	0.1603	Valid
11		Pernyataan-11	0.762	0.1603	Valid
12		Pernyataan-12	0.764	0.1603	Valid
1	People (X₂)	Pernyataan-1	0.759	0.1603	Valid
2		Pernyataan-2	0.716	0.1603	Valid
3		Pernyataan-3	0.690	0.1603	Valid
4		Pernyataan-4	0.736	0.1603	Valid
5		Pernyataan-5	0.683	0.1603	Valid
6		Pernyataan-6	0.735	0.1603	Valid
7		Pernyataan-7	0.342	0.1603	Valid
8		Pernyataan-8	0.579	0.1603	Valid
9		Pernyataan-9	0.747	0.1603	Valid
10		Pernyataan-10	0.514	0.1603	Valid
11		Pernyataan-11	0.668	0.1603	Valid
12		Pernyataan-12	0.707	0.1603	Valid
1	Physical Evidence (X₃)	Pernyataan-1	0.646	0.1603	Valid
2		Pernyataan-2	0.614	0.1603	Valid
3		Pernyataan-3	0.683	0.1603	Valid
4		Pernyataan-4	0.495	0.1603	Valid
5		Pernyataan-5	0.706	0.1603	Valid
6		Pernyataan-6	0.676	0.1603	Valid
7		Pernyataan-7	0.568	0.1603	Valid
8		Pernyataan-8	0.596	0.1603	Valid
9		Pernyataan-9	0.587	0.1603	Valid
1	Kepuasan	Pernyataan-1	0.691	0.1603	Valid
2		Pernyataan-2	0.727	0.1603	Valid
3		Pernyataan-3	0.435	0.1603	Valid
4		Pernyataan-4	0.552	0.1603	Valid
5	Konsumen (Y)	Pernyataan-5	0.827	0.1603	Valid
6		Pernyataan-6	0.562	0.1603	Valid
7		Pernyataan-7	0.741	0.1603	Valid
8		Pernyataan-8	0.829	0.1603	Valid
9		Pernyataan-9	0.371	0.1603	Valid
10		Pernyataan-10	0.513	0.1603	Valid
11		Pernyataan-11	0.575	0.1603	Valid
12		Pernyataan-12	0.843	0.1603	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Nilai Batas	Keterangan
1	Proses (X1)	0.900	0,60	Reliabel
2	People (X2)	0.913	0,60	Reliabel
3	Physicall Evidence (X3)	0.875	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0.909	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* dilakukan dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Berikut adalah hasil dari Uji *Kolmogorov Smirnov* :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	150
Kolmogorov-Smirnov Z	0.067
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.097

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4. diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk variabel profitabilitas (Y) adalah sebesar dengan 0,067 an *Asymp. Sig (2 tailed)* 0,097 diatas 0,05, artinya data berdistribusi normal. Sehingga data sampel baik dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel independen digunakan Variance Inflation Factor (*VIF*) dan *Tolerance*. Batas dari *Tolerance Value* adalah 0,10 dan batas *VIF* adalah 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Citra Perusahaan	.217	4.611	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk	.237	4.224	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Harga	.768	1.302	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Dari tabel 5. diatas, terlihat bahwa *VIF* (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel dalam penelitian ini menunjukkan angka lebih kecil dari 10. Hal ini berarti variabel-variabel pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antaranilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dan nilai residualnya (*SRESID*). Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glajser jika tingkat signifikannya lebih besar dari tingkat kepercayaan yaitu 5 %. Tabel 6 adalah hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.	Keterangan
Process	-.752	.453	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
People	.520	.604	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Physical Evidence	.205	.838	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan tabel 6. diatas nilai signifikan yang dihasilkan pada masing – masing variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Analisis Data Penelitian

Tabel dibawah ini merupakan hasil pengolahan data menggunakan bantuan SPSS, adapun penjelasandari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Pengolahan Data Penelitian

Variabel	Unstandardized		t/f		Sig	Kesimpulan
	Coefficients	Hipotesis	Hitung	Tabel		
Kepuasan (Constant)	8.357					
Proses	.432	+	5.066	1,976	0.000	Berpengaruh Positif dan Signifikan
People	.263	+	3.108	1,976	0.002	Berpengaruh Positif dan Signifikan
Physical Evidence	.264	+	3.733	1,976	0.000	Berpengaruh Positif dan Signifikan
Anova (Uji F)			121,631	2,67	0,000	Berpengaruh Simultan (Model Layak digunakan)
Koefisien Determinasi		Adj R Square	0.708	Kuat		

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Uji Kelayakan Model Uji Model (Uji F)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan tabel diatas diketahui $F_{hitung} (121,631) > F_{tabel} (2,67)$ dengan Sig. $(0,000) < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan model dalam penelitian ini layak digunakan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergangungnya. Dimana nilai *adjusted R Square* sebesar 0,708 menjelaskan *Process*, *people* dan *physical evidence* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru sebesar 70,8% sementara 29,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi berganda digunakan untuk menggambarkan model hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikatnya. Persamaan regresi ini memuat nilai konstanta atau *intercept* nilai koefisien regresi atau *slope* dan variabel bebasnya. Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut : $Y = 8,357 + 0,432X_1 + 0,263X_2 + 0,264X_3 + e$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah (1) Nilai konstanta (a) sebesar 8,357. Artinya adalah apabila *Process*, *people* dan *physical evidence* diasumsikan bernilai nol (0), maka kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru bernilai sebesar 8,357, (2) Nilai koefisien regresi variabel *proses* sebesar 0,432, artinya bahwa *proses* mengalami peningkatan 1 satuan, maka kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru akan mengalami peningkatan sebesar 0,432 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap, (3) Nilai koefisien regresi variabel *people* sebesar 0,263, artinya bahwa *people* mengalami peningkatan 1 satuan, maka kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru akan mengalami peningkatan sebesar 0,263 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap dan (4) Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup sebesar 0,264, artinya bahwa *physical evidence* mengalami peningkatan 1 satuan, maka kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru akan mengalami peningkatan sebesar 0,264 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen dimana (1) hasil penelitian yang telah dilaksanakan dimana nilai thitung (5,066) > ttabel (1,976) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, maka H1 diterima dan ho ditolak. Menjelaskan *proses* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru, (2) hasil penelitian yang telah dilaksanakan dimana nilai thitung (3,108) > ttabel (1,976) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 masih berada dibawah 0,05, maka H2 diterima dan ho ditolak. Menjelaskan *people* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru dan (3) hasil penelitian yang telah dilaksanakan dimana nilai thitung (3,733) > ttabel (1,976) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, maka H3 diterima dan ho ditolak. Menjelaskan *physical evidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru.

Pembahasan

Berikut adalah pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini :

Pengaruh *Proses Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mutiara Pekanbaru di Kota Pekanbaru.*

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dimana nilai thitung (5,066) > ttabel

(1,976) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, maka H1 diterima dan ho ditolak. Menjelaskan *proses* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) *Process* merupakan prosedur, alur kegiatan, sikap pembuat kebijakan serta bentuk penyampaian layanan menentukan keberhasilan pemasaran jasa. *Process* sangat penting dikarenakan jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Apabila segala aktifitas yang dilakukan dalam serangkaian *Process* penyampaian jasa kepada pasien berjalan efektif dan sesuai dengan keinginan dan harapan pasien maka hal ini dapat menimbulkan kepuasan pasien.

Menurut Lailla (2020) *Process* merupakan segala prosedur faktual, sistem, dan aliran kegiatan yang dipergunakan untuk penyampaian jasa. Bagi pemasaran jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat begitu penting dalam bagian *Process* ini, lebih lebih dalam melayani semua kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya dan Yulianty (2017) menjelaskan bahwa *Process* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan bahwa *Process*, juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara penelitian yang dilaksanakan oleh Setianto et al (2020) menjelaskan *Process* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hasil yang sama juga dijelaskan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Lailla (2020) juga menjelaskan *Process* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *People* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mutiara Pekanbaru di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dimana nilai thitung (3,108) > ttabel (1,976) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 masih berada dibawah 0,05, maka H₂ diterima dan H₀ ditolak. Menjelaskan *people* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru.

Menurut Tjiptono (2014) *people* merupakan semua orang yang berperan dalam memberikan layanan sehingga mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Setianto (2020) *people* adalah individu yang memiliki keterampilan interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Pendapat dari ahli lain menyatakan bahwa Partisipansi *People* adalah semua orang yang memainkan peranan dalam penyajian layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al (2020) menjelaskan bahwa *people* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian yang dilakukan oleh Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan bahwa *people* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Wowor (2018) menjelaskan bahwa *people* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Physicall Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Mutiara Pekanbaru di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dimana nilai thitung (3,733) > ttabel (1,976) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05, maka H3 diterima dan ho ditolak. Menjelaskan *physicall evidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru.

Menurut Linggo dan Bernarto (2021) *Physicall evidence* merupakan atribut yang langsung terlihat antara lain bangunan fisik atau lingkungan, perlengkapan, peralatan, logo, warna maupun

barang-barang lainnya, yang ikut mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Setianto (2020) adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. *Physicall Evidence* adalah bukti secara fisik merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al (2020) menjelaskan bahwa *physicall evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian Karinto et al (2021) yang juga menjelaskan *physicall evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasankonsumen. Sedangkan dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Ismawati dan Fahimah (2021) menjelaskan *physicall evidence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka kesimpulan dalam penelitian ini diantaranya (1) Hasil penelitian menjelaskan *proces* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru, (2) Hasil penelitian menjelaskan *people* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru dan (3) Hasil penelitian menjelaskan *physicall evidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mutiara Merdeka di Kota Pekanbaru Adapun saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut (1) secara teoritis yang dapat disarankan kepada management Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru untuk mempermudah Process pemesanan kamar dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan (2) secara praktis sesuai dengan hasil penelitian ini dimana (a) Bagi penulis, dengan hasil penelitian ini dapat menjadi saran dan masukan bagi penulis dalam hal mengembangkan penelitian selanjutnya.

Selain itu hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para pembacanya, (b) Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen untuk merancang sistem pemasaran yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan yang akan dirasakan oleh seorang konsumen dan (c) Bagi pihak selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang baik terhadap sebuah produk maupun terhadap layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 2017. *Manajemen Pemasaran Dasar*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Basu Swastha, 2018, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.
- Bilson, Simamora.2018. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung : CV Alfabeta
- Daeli A, Manao A dan Gohae A. S. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Lius Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1) 2020, 110 - 121.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrasari M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismawati N dan Fahimah M. 2021. Pengaruh *People, Process* dan *Physicall Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen Wedding Organizer di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Belva Moment Planner). *Jurnal JPEKBM*, 5(1) 2021, 51 - 64.
- Karinto S. S, Arifin M. Z dan Fadhli K. 2021. Pengaruh *People, Process* dan *Physicall Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi (Studi Kasus di Café Jangkar Mojoagung). *Journal of Education and Management Studies*, 4(5) 2021, 7 - 14.
- Kotler. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principle of Marketing*, 17e Global Edition. New York : Pearson Education Limited.
- Kotler P dan Keller K. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Lailla N. 2020. Pengaruh Harga, Tempat dan Process Terhadap Kepuasan Pelanggan Transjakarta di Jakarta Selatan. *Seminar Nasional Penelitian, Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 7(10) 2020, 1 - 13.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat Pertama.

- Sanjaya S dan Yulianty S. 2017. Pengaruh *People, Process* dan *Physicall Evidence* Terhadap Kepuasan Atas Pelayanan pada Rumah Sakit Siti Rahmah Kota Padang. *Journal of Social and Economic Research*, 2(1) 2017, 58 - 64.
- Setianto D. Y, Hidayatullah N dan Sudrajat A. 2020. Pengaruh *People, Process* dan *Physicall Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 22(2) 2022, 232 - 242.
- Surahman B, Fatma M, Basyirah dan Erna. 2021. Pengaruh *Process (Proses)* dan Fisik (*Physicall Evidence*) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Sultan Market Simpang Balek Kecamatan Wih Pesam Bener Meriah. *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, 2(11) 2021, 103 - 118.
- Tjiptono F dan Chandra G. 2015. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wowor V, R. 2018. Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4) 2023, 1229 - 1239.
- Zikri A dan Harahap M. I. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. POS Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1) 2022, 923 - 926.