

PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(STUDI PADA KONSUMEN HOTEL PADI HERITAGE KOTA MALANG)

Kiki Putri Wulandhani, Rini Rahayu Kurniati, Daris Zunaida

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: kikipw08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini akan dilakukan di Hotel Padi Heritage Kota Malang. Dalam hal ini Hotel Padi Heritage Kota Malang adalah hotel bintang 2 yang memiliki bangunan unik khas Jawa kuno dan bernuansa asri pedesaan meskipun letaknya berada di tengah-tengah kota. Hotel ini bergerak di bidang industri pariwisata khususnya dunia perhotelan di Kota Malang, yang produknya berupa jasa. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu guna mengetahui pengaruh dari adanya Pelayanan Prima dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research will be conducted at the Padi Heritage Hotel, Malang City. In this case Malang City's Padi Heritage Hotel is a 2-star hotel that has a unique building that is typical of ancient Java and has a rural atmosphere even though it is located in the middle of the city. The hotel is engaged in the tourism industry especially the hospitality world in Malang, whose products are in the form of services. The purpose of this research is to find out the effect of Excellent Service and Location on Consumer Satisfaction, both partially and simultaneously.

Keywords: Excellent Service, Location and Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa pada saat ini mengalami perkembangan yang pesat, disertai dukungan dari meningkatnya taraf hidup seiring dengan kemajuan perekonomian global dan teknologi informasi. Pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kegiatan pemasaran intinya adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih dari pesaing secara konsisten dengan tujuan akhir memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sasaran. Salah satu sektor jasa yang berkembang saat ini adalah jasa dunia perhotelan. Ketatnya persaingan pada jasa perhotelan dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang sama dalam dunia perhotelan yang baru bermunculan dan memberikan pelayanan dan menyediakan lokasi yang strategis.

Sehubungan dengan hal tersebut maka perusahaan dapat menentukan pelayanan prima dan selalu memberikan kesan yang baik agar dapat membangun citra nama baik perusahaan, dan tentunya akan memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumennya. Pengenalan karakter konsumen juga dapat diketahui dengan cara para karyawan selalu memberikan pelayanan terbaiknya.

Pelayanan prima yang baik mengharuskan adanya upaya keseluruhan karyawan, tidak hanya bertugas sebagai *front office* yang bertatap muka secara langsung dengan konsumen dalam menghasilkan pelayanan prima yang berkualitas, tetapi karyawan yang lainnya tanpa terkecuali juga

harus memberikan pelayanan prima yang terbaik kepada konsumen agar merasa dipenuhi dan merasa puas akan kebutuhan dan keinginannya

Salah satu faktor yang mempengaruhi pelayanan pada Hotel dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen adalah pelayanan prima. Menurut Barata (2003:25) bahwa pelayanan prima atau layanan istimewa (*excellent service*) bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pelayanan yang optimal dimana hal tersebut berfungsi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain pelayanan prima, lokasi juga termasuk menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2012:92) menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus dapat menentukan lokasi sebagai tempat dilakukannya seluruh kegiatan operasional. Dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan dan juga memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi. Memilih lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian akan memudahkan para calon konsumen dan dapat menjadi salah satu strategi perusahaan.

Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat pembelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi konsumen, adanya fasilitas yang mendukung, seperti luasnya lahan parkir, dan faktor lainnya. Fleksibilitas fasilitas seringkali menentukan kesuksesan suatu jasa, dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka suatu penyedia jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan

persaingan di masa mendatang. Tjiptono (2004:41)

Permasalahan yang terjadi pada Hotel Padi Heritage ini jumlah *occupancy* selama tahun 2019 mengalami penurunan dikarenakan adanya struktur manajemen yang baru sehingga para karyawan beradaptasi dengan hal tersebut. Hal ini membuat pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang maksimal, sehingga ada beberapa konsumen yang *complain* atas pelayanan yang diterimanya, selain mengenai pelayanan yang diterima, banyak konsumen yang mengeluhkan dan merasa kebingungan dengan akses masuk atau lokasi dari Hotel tersebut, dikarenakan memang letak Hotel ini berada dikawasan perumahan dengan jalan yang berliku sehingga konsumen kesulitan dalam mencari lokasi Hotel. Adapun beberapa ulasan mengenai kesan dan pesan para konsumen Hotel yang menginap, berdasarkan *website* Hotel Padi Heritage Malang yang sebagian besar konsumen mengeluhkan pelayanan dan lokasi dari Hotel tersebut. Berikut data pengunjung Hotel Padi Heritage pada Tahun 2019.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung periode 2019 setiap bulannya ada penurunan di *moment-moment* tertentu seperti bulan suci ramadhan, jumlah pengunjung Hotel mengalami penurunan secara signifikan terlihat pada tabel yakni dari bulan Juli-November dikarenakan pada bulan itu tepat dengan hari raya idul fitri dan berkurangnya wisatawan domestik maupun luar negeri dinilai berdampak pada menurunnya jumlah *occupancy*. Dari hasil survey yang peneliti lakukan menurut pihak Hotel terdapat beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen pada saat menginap di Hotel terutama keluhan mengenai standart pelayanan dan akses masuk lokasi Hotel, selain itu peneliti juga melihat informasi dari *website* Hotel mengenai *review* para konsumen dan hal ini terlihat bahwa beberapa konsumen menyampaikan keluhan yang sama yakni perihal pelayanan dan lokasi Hotel. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan konsumen seperti misalnya konsep pelayanan prima lebih ditingkatkan dan memberikan petunjuk arahan yang jelas mengenai letak lokasi Hotel. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, dan perusahaan dapat berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN**

HOTEL PADI HERITAGE KOTA MALANG)". Sedangkan rumusan masalahnya sebagai berikut;

1. Apakah pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah Pelayanan Prima dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen ?

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan Prima

Menurut Rahmayanty (2013:18) berpendapat bahwa pelayanan prima adalah pelayanan dengan standart kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat.

Indikator Pelayanan Prima yang diteliti sebagai evaluasi dan harapan, dimana Menurut Barata (2003:31):

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Sikap (*Attitude*)
3. Penampilan (*Appearance*)
4. Perhatian (*Attention*)
5. Tindakan (*Action*)
6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Lokasi

Menurut Lupiyoadi (2001:61) *place* dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atau saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis, lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

Menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001:101), Indikator dalam pemilihan lokasi yakni meliputi :

1. Kemudahan Akses
2. Lokasi yang didapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
3. Tersediannya Lahan Parkir
4. Keselamatan dan Keamanan dari Lokasi

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2002:42) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil

suatu produk atau harapan-harapannya. Seperti dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dan persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang.

Menurut Tjiptono (2008:21), Kepuasan Konsumen terdiri dari sub variabel yaitu :

1. Mengatakan hal-hal yang baik tentang produk dan jasa
2. Merekomendasikan dari mulut-ke mulut kepada konsumen lain
3. Melakukan pembelian ulang

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2008:8)

Lokasi dan Waktu Penelitian

Perolehan dan pengumpulan data terhadap penelitian yang terkait, maka lokasi penelitian ini dilakukan pada Hotel Padi Heritage Malang yang berada di Jalan Regulus No. 09, Perumahan Tata Surya, Kota Malang, Jawa Timur. Waktu dalam penelitian ini dilakukan selama bulan April sampai dengan bulan Juni Tahun 2020.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- Pelayanan Prima* (X1)
- Lokasi (X2)
- Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel dan Pengukuran

Menurut Sugiyono (2008:380), Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Darmawan (2013:108)

Tabel 1. Deskripsi Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Pelayan Prima (X1)	1. Kemampuan (<i>Ability</i>)	Barata Adya Atep (2003)
		2. Sikap (<i>Attitude</i>)	
		3. Penampilan (<i>Appearance</i>)	
		4. Perhatian (<i>Attention</i>)	
		5. Tindakan (<i>Action</i>)	
		6. Tanggung Jawab (<i>Accountability</i>)	
2.	Lokasi (X2)	1. Kemudahan Akses	Lamb, Hair, M cDaniel (2001)
		2. Lokasi yang didapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	
		3. Tersedianya Lahan Parkir	
		4. Keselamatan dan Keamanan dari Lokasi	
3.	Kepuasan Konsumenten (Y)	1. Hal-hal yang baik	Tjiptono (2008)
		2. Rekomendasi tempat	
		3. Pembelian Ulang	

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2008:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di Hotel Padi Heritage Kota Malang 6 bulan terakhir (Juli – Desember) tahun 2019 yakni sejumlah 550 konsumen.

Sampel

Menurut Sugiyono (2008:81), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Darmawan (2013:138), Sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode, dan instrument penelitian, disamping pertimbangan waktu, tenaga, dan pembiayaan sebagaimana dijelaskan di atas bahwa sampel terdiri atas subyek penelitian (responden) yang menjadi sumber data yang terpilih dari hasil pekerjaan teknik penyempelan (teknik sampling).

Teknik yang penulis gunakan dalam sampel adalah teknik *non-probability sampling* (tidak seluruh populasi diambil), dengan kategori *accidental sampling*. Menurut Arikunto (2012:104) jika populasinya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan jumlah konsumen yang sudah diakumulasi telah menginap pada 6 bulan terakhir tahun 2019 (Juli-Desember), maka peneliti menetapkan masing-masing bulan diwakili oleh 10% dari setiap bulannya.

Tabel 2. Perhitungan Sampel

NO	Bulan	Pengunjung	10%	sampel yang diambil
1	Juli	100	10	10
2	Agustus	95	9,5	10
3	September	90	9	9
4	Oktober	85	8,5	9
5	November	80	8	8
6	Desember	100	10	10
Jumlah		550	55	55

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Berdasarkan perhitungan diatas, bulan 1 (Juli) terwakili 10 konsumen, bulan kedua (Agustus) terwakili 10 konsumen, bulan ketiga (September) terwakili 9 konsumen, bulan keempat (Oktober) terwakili 9 konsumen, lalu bulan kelima (November) terwakili 8 konsumen, dan keenam bulan (Desember) terwakili 10

konsumen, total keseluruhan adalah 55 konsumen yang akan menjadi sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner
2. Observasi

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Adapun teknik pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2008:93) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

Tabel 3. Skala Likert

Pilih Jawaban	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono, 2008:93-94

Metode Analisis Data

Uji validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:177), menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:55) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap

gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Uji t (parsial)

Menurut Hasan (2009:31) Uji parsial digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel antara variabel interval/rasio dengan variabel interval/rasio yang melibatkan hubungan lebih dari dua variabel dengan mengkonstantakan variabel yang tidak kita ukur. Pengujian untuk hipotesis menggunakan uji t. Hal ini untuk menguji apakah Pelayanan Prima (X_1), dan Lokasi (X_2) secara sendiri berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). berikut rumus uji t. Hal ini untuk menguji apakah Pelayanan Prima (X_1) secara sendiri berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan Lokasi (X_2) secara sendiri berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji F (simultan)

Uji simultan digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel. Penelitian ini menggunakan uji f untuk menganalisis apakah Pelayanan Prima (X_1), dan Lokasi (X_2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berikut rumus uji f. Hasan (2009: 99)

PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 4 Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Segnifikasi	Keterangan
X1.1	0,746	0,224	0,000	Valid
X1.2	0,679	0,224	0,000	Valid
X1.3	0,677	0,224	0,000	Valid
X1.4	0,705	0,224	0,000	Valid
X1.5	0,610	0,224	0,000	Valid
X1.6	0,530	0,224	0,000	Valid
X1.7	0,714	0,224	0,000	Valid
X1.8	0,550	0,224	0,000	Valid
X1.9	0,661	0,224	0,000	Valid
X1.10	0,795	0,224	0,000	Valid
X1.11	0,748	0,224	0,000	Valid
X1.12	0,656	0,224	0,000	Valid
X2.1	0,818	0,224	0,000	Valid
X2.2	0,859	0,224	0,000	Valid
X2.3	0,665	0,224	0,000	Valid
X2.4	0,779	0,224	0,000	Valid
Y1.1	0,832	0,224	0,000	Valid
Y1.2	0,759	0,224	0,000	Valid
Y1.3	0,834	0,224	0,000	Valid

Sumber : Data diolah 2020

Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Jumlah item	Keterangan
Pelayanan Prima(X1)	0,878	12	Reliabel
Lokasi (X2)	0,774	4	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,723	3	Reliabel

Sumber: Data diolah 2020

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,179	1,228		1,774	,082
	X1.PELAYANANPRI MA	,150	,031	,571	4,858	,000
	X2.LOKASI	,172	,077	,262	2,230	,030

a. Dependent Variable: Y1.KEPUASANKONSUMEN

Sumber: Data output SPSS versi 26.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji t (Uji Parsial) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,179	1,228		1,774	,082
	X1.PELAYANANPRI MA	,150	,031	,571	4,858	,000
	X2.LOKASI	,172	,077	,262	2,230	,030

a. Dependent Variable: Y1.KEPUASANKONSUMEN

Sumber: Data output SPSS versi 26

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 8 Hasil Uji F (Uji Simultan) ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58,832	2	29,416	37,723	,000 ^b
	Residual	40,549	52	,780		
	Total	99,382	54			

a. Dependent Variable: Y1.KEPUASANKONSUMEN

b. Predictors: (Constant), X2.LOKASI, X1.PELAYANANPRIMA

Sumber: Data output SPSS versi 26

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Pelayanan Prima dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi pada konsumen Hotel Padi Heritage Kota Malang), maka dapat ditarik kesimpulan, Penelitian dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi pada konsumen Hotel Padi Heritage Kota Malang) ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan melakukan observasi dan penyebaran kuesioner kepada konsumen Hotel Padi Heritage Kota Malang. Peneliti menggunakan sampel sebanyak 55 responden. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Pelayanan Primaterhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian Uji t didapat nilai t hitung sebesar $4,858 > t$ tabel $1,674$ dan sig sebesar $0,000$, dimana $\text{sig } t < 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terkait variabel pelayanan prima dapat diketahui nilai rata-rata masing-masing item pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator sikap : Karyawan Hotel Padi Heritage bersikap ramah dan sopan ketika melayani konsumen Hotel Padi Heritage ($4,51$). Sehingga dapat diketahui bahwa variabel pelayanan prima yang paling mendominasi atau dianggap paling penting oleh konsumen atau responden adalah sikap ramah dan sopan dari para karyawan Hotel pada saat melayani konsumen.

2. Uji t (parsial) untuk variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian uji t didapat nilai t hitung sebesar $2,230 > t$ tabel $1,674$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa Lokasi berpengaruh dalam Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terkait variabel lokasi dapat diketahui nilai rata-rata masing-masing item pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator tersedianya lahan parkir: Hotel Padi Heritage memiliki lahan

parkir yang nyaman dan aman baik kendaraan roda dua maupun roda empat ($4,42$). Sehingga dapat diketahui bahwa variabel lokasi dianggap paling penting oleh responden atau konsumen yakni menyediakan lahan parkir yang nyaman dan aman bagi konsumennya.

3. Berdasarkan hasil dan pembahasan dari uji F (simultan) dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Pelayanan Prima dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian Uji F didapat nilai F hitung sebesar $37,723 > F$ tabel $3,18$, sehingga dapat diketahui secara bersama bahwa Pelayanan Prima dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari perhitungan persamaan regresi linear berganda yaitu di peroleh $Y = 2,179 + 0,150 X_1 + 0,172 X_2$ Dari hasil koefisien beta tersebut, dapat diketahui bahwa semua variabel berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan dari hasil perhitungan tersebut variabel yang paling dominan adalah variabel Lokasi (X_2) yang memiliki nilai koefisien beta lebih besar yaitu sebesar $0,172$. Nilai tersebut lebih tinggi di bandingkan dengan variabel yang lain yaitu variabel Pelayanan Prima (X_1) sebesar $2,179$.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka saran bagi Hotel Padi Heritage Kota Malang :

1. Bagi Hotel Padi Heritage
 - a) Untuk upaya meningkatkan kepuasan konsumen, diharapkan Hotel Padi Heritage Kota Malang terus mempertahankan dan meningkatkan pelayanan prima dengan baik sehingga konsumen akan kembali untuk menginap maupun menikmati produk-produk yang ditawarkan oleh Hotel, serta menjadikan salah satu Hotel yang menjadi rekomendasinya kepada orang lain, dan secara tidak langsung dapat meningkatkan jumlah tingkat hunian tamu pada Hotel tersebut.
 - b) Untuk upaya meningkatkan kepuasan konsumen, diharapkan Hotel Padi Heritage Kota Malang hendaknya mampu memperhatikan kembali mengenai Lokasi Hotel, dimana dalam hal ini variabel yang sangat dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen adalah lokasi, sehingga dari

pihak Hotel Heritage Kota Malang sebaiknya memasang papan iklan atau baliho besar di area yang menjadi jalan utama menuju lokasi Hotel Padi Heritage, selain itu, bisa juga dengan menggunakan peta arah menuju Hotel, agar konsumen lebih dapat memahami sekaligus mudah untuk menjangkaunya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang peneliti miliki, karena banyaknya keterbatasan. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggali lebih banyak informasi terkait dengan tempat studi

kasus yang diteliti, dan diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak, sehingga penelitian akan lebih akurat.

Demikian kesimpulan dan saran yang dapat penulis sampaikan dengan harapan bahwa apa yang penulis sampaikan dapat membantu dalam memberikan masukan berupa empiris yang dapat digunakan untuk memahami tentang Pelayanan Prima, dan Lokasi yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen Hotel Padi Heritage Kota Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Chandra, S. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado*, 1-12.
- Charles W. Lamb, J. F. (2001). *Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia (David Octarevia). Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Daryanto, S. I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Echar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Panduan Komprehensif Langkah Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fernandes, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*. Malang: UB Press.
- Hasan, M. I. (2008). *Analisis Data dengan Penelitian Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ikhs, A. Khoerussalim. 2011. *Bisnis Kok Mikir!*. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadya Grup)
- Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. &. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kukuh, S. (2009). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Maegonda Raya). *Jurusan Ekonomi, Fakultas Management Universitas Gunadarma*, 1-14.
- Lamb, C. W., Hair, F. J., & Carl, M. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, A. &. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmayanty, N. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riduwan, A. d. (2015). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: ALFABETA.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.

- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suparmanti, N. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja. *Jurnal Program Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 1-10.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (1994). *Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Sumber Internet :
- JenisHotel.info, Perkembangan Bisnis PerHotelan dan Pariwisata di Indonesia. Diakses pada 6 Desember 2019, dari <https://jenisHotel.info>
- Kemenpar.go.id. (2019,5 April) Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia. Diakses pada 11 Februari 2020, dari <https://www.kemenpar.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Indonesia.TripCanvas.co.id, 16 Hotel di Batu dan Malang untuk sensasi liburan mewah di tengah hutan. Diakses pada 30 Juni 2020, dari <https://indonesia.tripcanvas.co/id/malang/Hotel-batu-malang-di-tengah-hutan/>