

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel the Prime Plaza Sanur

Putu Buana

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia

**Abstract.** Consumer satisfaction is a condition in which the needs, desires, and expectations of consumers for a product and service are in accordance with or fulfilled by the appearance of the product and service. Many factors affect customer satisfaction, one of which is the quality of service. This study aims to determine the effect of direct evidence (tangibles), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance), and empathy (empathy) on guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at Hotel The Prime Plaza Sanur either partially or simultaneous. This research started from January to June 2022. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques using research tools in the form of a questionnaire with accidental sampling technique (accidental sampling). The data is processed from the complete answers of 100 respondents. The results showed that: (a) There was a significant effect between direct evidence on guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at Hotel The Prime Plaza Sanur. (b) There is a significant effect of reliability on guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at The Prime Plaza Hotel Sanur. (c) There is a significant influence between responsiveness to guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at Hotel The Prime Plaza Sanur. (d) There is a significant effect of guarantee on guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at Hotel The Prime Plaza Sanur. (e) There is a significant effect of empathy on guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at Hotel The Prime Plaza Sanur. (f) There is a significant effect between direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on guest satisfaction at Restaurant Sanur Harum at Hotel The Prime Plaza Sanur.

**Keywords:** service quality, guest satisfaction

## 1 Pendahuluan

Provinsi Bali memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, hal ini sebabkan karena Bali banyak memiliki atraksi (objek dan daya tarik) yang merupakan komponen yang sangat vital, karena atraksi adalah faktor penyebab utama, mengapa seorang wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Faktor lainnya disebabkan karena Bali memiliki keunikan dan keunggulan kebudayaan, yaitu adanya perpaduan yang harmonis antara potensi kebudayaan dan sumber daya manusia yang kreatif dengan dukungan alam yang mempesona, menjadi modal dasar untuk menopang keunggulan

kompetitif pariwisata daerah Bali. Oleh karena itu diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah Bali. Tingginya minat wisatawan Nusantara dan Mancanegara dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan ke Bali dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Kunjungan wisatawan selama 5 tahun terakhir cenderung meningkat, untuk tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan tercatat sebanyak 4,001,835 orang. Jumlah kunjungan wisatawan untuk tahun 2016 tercatat sebanyak 4,927,937 orang atau mengalami peningkatan sebanyak 23,14%, untuk tahun 2017, 2018, dan 2019 jumlah kunjungan wisatawan juga mengalami peningkatan, masing-masing sebesar 15,62%, 6,54%, dan 3,37%. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Daerah Bali otomatis mendorong semakin bertambahnya jumlah pertumbuhan jasa akomodasi penginapan di Daerah Bali. Perkembangan industri perhotelan di Daerah Bali yang cukup pesat menambah semakin ketatnya persaingan antara perusahaan perhotelan. Berdasarkan pernyataan tersebut maka salah satu strategi yang perlu diterapkan adalah melalui strategi pemasaran. Menurut Assauri (2009:169), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dilakukan melalui mencari dan membina pelanggan, usaha menguasai pasar, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa (Tjiptono, 2011:433). Brown (Sudaryono, 2016:79) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang terpuaskan akan menjadi konsumen yang setia bagi perusahaan dan akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan perusahaan itu. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, di antaranya adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan tamu, pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Tjiptono (2011:329) bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis di mana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka wisatawan akan merasa puas dan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, serta menceritakan pengalaman menarik mereka kepada teman-temannya dan merekomendasikannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi peningkatan kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Herkaputra (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal yang sama diungkapkan Setyowati dan Wiyadi (2016), kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2009) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*reponsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) parsial maupun simultan.

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Prime Plaza Sanur, merupakan sebuah resort bintang empat bertaraf internasional yang berlokasi sangat strategis, hanya beberapa menit dari pantai Sanur, terminal *fastboat* ke Nusa Penida dan Nusa Lembongan dan pusat pernelanjaan, serta dekat dengan objek wisata lainnya di Bali. Hotel Prime Plaza Sanur memiliki 329 kamar yang mengelilingi taman tropis dan kolam renang yang luas. Hotel ini juga memiliki dua restoran dan dua bar yang telah memenangkan beberapa penghargaan. Hotel ini juga dilengkapi dengan ruangan rapat dan pusat konvensi dengan kapasitas sampai 1000 orang yang menjadikan hotel ini sangat ideal untuk melakukan pertemuan, pameran, atau hanya untuk sekedar berlibur.

Hotel Prime Plaza Sanur adalah pilihan tepat untuk wisatawan yang mengunjungi Sanur, karena menawarkan suasana yang romantis, dengan fasilitas seperti: parkir gratis, kolam renang, *bar/lounge*, transportasi bandara, internet kecepatan tinggi gratis (Wi-fi), pusat kebugaran gym/ruang latihan, aktivitas anak-anak (sesuai untuk anak-anak/keluarga), pusat bisnis dengan akses internet, fitur ruangan seperti: AC, balkon pribadi, lemari besi, kulkas, pantai pribadi, layanan kamar, minibar, tv layar datar. Selain letak yang strategis dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Prime Plaza Sanur, hal lain yang sangat penting untuk menunjang kenyamanan tamu yaitu dengan adanya pelayanan yang baik oleh karyawan terhadap tamu. Kualitas layanan menjadi hal yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas tamu. Keluhan juga ditujukan bagi karyawan Hotel Prime Plaza Sanur yang dinilai masih kurang baik dalam menyampaikan kualitas pelayanannya, misalnya tenaga *kitchen* dalam melayani tamu di restoran cenderung lambat dan kurangnya jumlah karyawan sehingga menyebabkan pelayanan *FB Service* cenderung lama, berbagai keluhan yang muncul tersebut jelas dapat mengganggu kenyamanan konsumen.

## 2 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Prime Plaza Sanur dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, serta termasuk jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang berkunjung ke restaurant pada Hotel Prime Plaza Sanur selama tahun 2020 tercatat sebanyak 35.340 wisatawan. Berdasarkan rumus Slovin, jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 100 wisatawan yang berkunjung ke restaurant di Hotel Prime Plaza Sanur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini adalah metode pengambilan sampel *axidental sampling* (sampling aksidental). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, kepustakaan, dan kuesioner. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda.

### 3 Hasil Dan Pembahasan

#### 3.1 Uji Validitas

Pengujian tingkat validitas tiap item dipergunakan analisis item, artinya mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor item. Suatu instrumen dikatakan valid jika nilai *pearson correlation* terhadap skor total di atas 0,30 (Sugiyono, 2017:125). Berdasarkan data pada Tabel 4.5, dapat dijelaskan bahwa seluruh item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0,3, sehingga seluruh item pertanyaan untuk semua variabel penelitian berkorelasi signifikan dengan skor total, dengan demikian dapat dijelaskan bahwa butir instrumen pertanyaan tersebut valid.

#### 3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. *SPSS* memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018:46). Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel penelitian nilainya di atas 0,70, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

#### 3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang biasa disebut dengan K-S yang tersedia dalam program *SPSS 21.00 For Windows*. Kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan antara tingkat signifikansi yang didapat dengan tingkat *alpha* yang digunakan, dimana data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila  $\text{sig.} > 0,05$ . Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,367, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari  $\alpha=0,05$  hal ini berarti Hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak atau data berdistribusi normal.

##### Uji Multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas melihat nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Jika *tolerance* lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak ada multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan uji multikolinieritas, dapat dijelaskan bahwa nilai *tolerance* semua variabel lebih besar dari 10% (bukti langsung (*tangibles*)= 0,788, kehandalan (*reliability*)= 0,718, daya tanggap (*responsiveness*)= 0,745, jaminan (*assurance*)= 0,655, empati (*empathy*)= 0,619) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (bukti langsung (*tangibles*)=1,269, kehandalan (*reliability*) = 1,393,

daya tanggap (*responsiveness*) = 1,343, jaminan (*assurance*) = 1,527, empati (*empathy*) = 1,615) yang berarti sudah tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

**Uji Heteroskedastisitas.**

Pengujian Heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Metode ini dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual dengan variabel bebas. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dikatakan model bebas dari heteroskedastisitas. Hasil uji statistik terlihat bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan promosi memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 (bukti langsung (*tangibles*)=0,966, kehandalan (*reliability*)=0,354, daya tanggap (*responsiveness*)= 0,061, jaminan (*assurance*)= 0,186, empati (*empathy*)= 0,118) sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

**3.4 Analisis Regresi Linear Berganda**

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan tujuan untuk menguji pengaruh bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) for windows maka hasil analisis yang diperoleh seperti yang diuraikan pada Tabel 1 zberikut:

**Tabel 1.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
( <i>Constant</i> )	-3,281	2,033			-	0,110
Bukti langsung	0,287	0,095	0,188		3,012	0,003
Kehandalan	0,197	0,080	0,162		2,472	0,015
Daya tanggap	0,235	0,071	0,211		3,294	0,001
Jaminan	0,284	0,080	0,244		3,572	0,001
Empati	0,248	0,048	0,362		5,151	0,000
<i>R</i>	0,844					
<i>Adjusted R Square</i>	0,696					
<i>Sig. F hitung</i>	0,000					
<i>F hitung</i>	46,437					

### 3.5 Uji Kelayakan Model.

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

Uji R<sup>2</sup> digunakan untuk mengetahui ketepatan model yang digunakan dan dinyatakan dalam berapa persen variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik apabila Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) = 1 atau mendekati 1. Berdasarkan hasil analisis, dapat dijelaskan bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,696, ini berarti 69,6% variasi variabel dependen kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan selebihnya sebesar 30,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model (yang terangkum dalam kesalahan *random*).

#### Uji F (Uji signifikan simultan).

Pengujian ini dilakukan untuk menguji signifikan secara serempak atau bersama-sama semua variabel independen terhadap variabel dependen. Pada model ini nilai *Sig. F* hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , menunjukkan model penelitian ini layak untuk digunakan sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur diterima.

#### Uji t (Uji signifikan parsial).

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur secara parsial.

##### 1. Pengaruh Bukti Langsung Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel bukti langsung sebesar 0,003 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, sehingga hipotesis diterima.

##### 2. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel kehandalan sebesar 0,015 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, sehingga hipotesis diterima.

### 3. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel daya tanggap sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, sehingga hipotesis diterima.

### 4. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel jaminan sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, sehingga hipotesis diterima.

### 5. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel empati sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, sehingga hipotesis diterima.

## 3.6 Pengaruh Bukti Langsung Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel bukti langsung sebesar 0,003 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus bukti langsung (*tangibles*) yang dimiliki Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, maka kepuasan tamu juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Prasetyo (2009), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Happy (2009) juga menyatakan bahwa bukti langsung paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 3.7 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel keandalan sebesar 0,015 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus tingkat keandalan (*reliability*) yang dimiliki Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, maka kepuasan tamu juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Prasetyo (2009), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Pratama (2016) juga menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

### 3.8 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel daya tanggap sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus daya tanggap (*responsiveness*) yang dimiliki Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, maka kepuasan tamu juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Prasetyo (2009), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan ketanggapan (*reponsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Happy (2009) juga menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

### 3.9 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel jaminan sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus jaminan (*assurance*) yang dimiliki Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, maka kepuasan tamu juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Prasetyo (2009), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Happy (2009) juga menyatakan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

### 3.10 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai signifikansi (*Sig.*) pada variabel empati sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, sehingga hipotesis diterima. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus empati (*empathy*) yang dimiliki Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur, maka kepuasan tamu juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Prasetyo (2009), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Pratama (2016) juga menyatakan bahwa *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan Tamu

Sesuai dengan hasil penelitian di mana nilai *Sig. F* hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha=0,05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan



antara bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.

Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan atas bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) akan diikuti oleh peningkatan kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur. Peneliti ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2009) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*reponsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) secara simultan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2016) juga menyatakan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara simultan.

#### 4 Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti langsung yaitu: peralatan modern, fasilitas terlihat menarik, pekerja berpenampilan rapi dan professional, unsur pendukung pelayanan terlihat baik terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan yaitu: memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan, pelayanan kepada pelanggan dapat diandalkan, memberikan pelayanan dengan segera, memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, menjaga catatan bebas dari kesalahan terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap yaitu: selalu memberikan informasi kepada pelanggan tentang kapan pelayanan siap diberikan, pelayanan terhadap pelanggan diberikan dengan tanggap, kemauan untuk membantu pelanggan, kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan yaitu: pekerja dapat menanamkan kepercayaan dalam diri pelanggan, membuat pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi, pekerja selalu menunjukkan sikap sopan santun, pekerja memiliki pengetahuan luas untuk menjawab pertanyaan pelanggan terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara empati yaitu: memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, pekerja melayani pelanggan dengan penuh perhatian, pekerja mengutamakan kepentingan pelanggan dengan sepenuh hati, pekerja memahami kebutuhan pelanggan, mempunyai jam kerja yang sesuai terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti langsung yaitu: peralatan modern, fasilitas terlihat menarik, pekerja berpenampilan rapi dan professional, unsur pendukung pelayanan terlihat baik, kehandalan yaitu: memberikan pelayanan seperti

yang dijanjikan, pelayanan kepada pelanggan dapat diandalkan, memberikan pelayanan dengan segera, memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, menjaga catatan bebas dari kesalahan, daya tanggap yaitu: selalu memberikan informasi kepada pelanggan tentang kapan pelayanan siap diberikan, pelayanan terhadap pelanggan diberikan dengan tanggap, kemauan untuk membantu pelanggan, kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan, jaminan yaitu: pekerja dapat menanamkan kepercayaan dalam diri pelanggan, membuat pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi, pekerja selalu menunjukkan sikap sopan santun, pekerja memiliki pengetahuan luas untuk menjawab pertanyaan pelanggan, dan empati yaitu: memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, pekerja melayani pelanggan dengan penuh perhatian, pekerja mengutamakan kepentingan pelanggan dengan sepenuh hati, pekerja memahami kebutuhan pelanggan, mempunyai jam kerja yang sesuai terhadap kepuasan tamu pada Restaurant Sanur Harum di Hotel The Prime Plaza Sanur.

## 5 Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. I Made Sudjana SE.MM.CHT.CHA., selaku Rektor Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional (IPB Internasional), yang telah menyediakan fasilitas untuk penelitian mahasiswa.
2. Bapak Putu Eka Wirawan, SST.Par.,M.Par., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perhotelan Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional.
3. Kepada kedua orang tua penulis, teman-teman, dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik secara moral maupun materi sehingga laporan ini dapat terangkum dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan.
4. Bapak Firman Sinaga, SST.Par.,M.Par selaku pembimbing I yang selalu membimbing dan memberikan dorongan kepada peneliti.
5. Ibu Firlie Lanovia Amir, S.E.,M.Par selaku pembimbing II yang memberi dukungan dan masukkan kepada peneliti.
6. Seluruh Dosen institute Pariwisata dan Bisnis Internasional yang memberikan pengetahuan baik dalam teori maupun praktik.
7. Manajemen dan seluruh Staff Prime Plaza Sanur yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian dan telah bersedia memberikan data dan informasi serta segala saran yang membangun dan meyelesaikan skripsi.
8. Kepada I Wayan Suardana dan Ni Kadek Sri Ningsih selaku orang tua penulis, teman – teman, semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik secara moral maupun materi sehingga laporan ini dapat terangkum dengan baik pada waktu yang telah ditentukan.

## 6 Referensi

- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran, Dasar konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Happy, W.A. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo). *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret
- Herkaputra, V.R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gudeg Yu Djum Cabang Kadipiro (Studi Kasus Pada Rumah Makan Gudeg Yu Djum Cabang Kadipiro). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi
- Prasetyo, D. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang. *Skripsi*. Semarang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
- Pratama, H.F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Sejarah Benteng Marlborough Di Kota Bengkulu. *Ekombis Review*, 4(1), 24-35
- Setyowati, E., & Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(2), 102-112
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi