

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FOOD AND BEVERAGE SERVICE*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SWISS-BELHOTEL AMBON**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Pariwisata Budaya dan Agama

Diajukan Oleh :

NAMA : Merlin Imelda Solemede

NIM : 1520190204018



**PROGRAM STUDI PARIWISATA BUDAYA DAN AGAMA
FAKULTAS ILMU SOSIAL KEAGAMAAN
INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI AMBON
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FOOD AND BEVERAGE SERVICE*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SWISS-BELHOTEL AMBON**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana (S1)

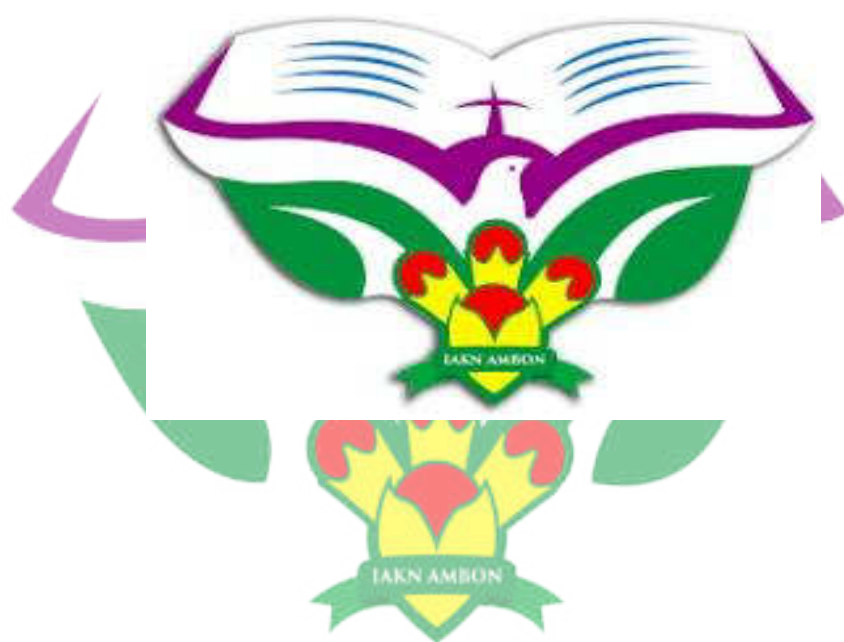
Pada Program Studi Pariwisata Budaya dan Agama

Diajukan Oleh :

NAMA : Merlin Imelda Solemede

NIM : 1520190204018

**PROGRAM STUDI PARIWISATA BUDAYA DAN AGAMA
FAKULTAS ILMU SOSIAL KEAGAMAAN
INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI AMBON
2023**



PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri dan semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan jujur dan benar. jika di kemudian hari saya terbukti menyimpang dari pernyataan ini maka saya bersedia menerima saksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.



Ambon, 12 oktober 2023

Merlin Imelda Solemede
Nim: 1520190204018

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Merlin Imelda Solemede 1520190204018 Pariwisata Budaya Dan Agama dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Swiss-belHotel Ambon, telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji dalam Ujian Skripsi

Ambon, 13 Oktober 2023

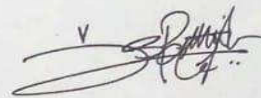
Pembimbing Utama



Gilbert Alvin Rimalatu, SST.Par., MM.Par

NIP. 198405042008121001

Pembimbing Pendamping



Fransiska J. Pattiruhu, MH

NIP. 199402022019032108

Mengetahui

KETUA PROGRAM STUDI



Ilona F. Salluteru, M.Pd

NIP. 197711232003122001

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FOOD AND BEVERAGE SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SWISS-BELHOTEL AMBON

Disusun Oleh:
Merlin Imelda Solemede
Nim. 1520190204018

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 23 Oktober 2023

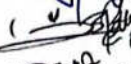
TIM PENGARAH

Pembimbing I : Gilbert Alvin Rumlatsu, SST.Par., MM.Par

Pembimbing II : Fransiska J. Pattiruhu, MH

Pengarah I : Jean E. Iela S.T, M.Sc

Pengarah II : Nugroho Widiharso

()
()
()
()

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Tanggal 23 oktober 2023

Ketua Program Studi
Pariwisata Budaya dan Agama



Ilona F. Salhuteru, M.Pd
NIP.197711232003122001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Keagamaan



F.N. Patty, D.Th. M.Th
NIP. 197102062001122001

MOTTO

Segala Perkara Dapat Kutanggung Di Dalam Dia Yang Memberi Kekuatan KEPADAKU
(filipi 4:13)



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa dalam Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini berjudul pengaruh kualitas pelayanan *food and beverage service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bell Hotel Ambon, disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 pada program studi pariwisata budaya dan agama institut agama kristen negeri (IAKN) Ambon. banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. oleh karena itu rasa hormat dan terima kasih penulis ingin sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Yance Z Rumahuru, MA Selaku Rektor IAKN Ambon
2. Ibu F.N.Patty.D.Th,M.Th. Selaku Dekan FISK Bersama Dr.Sipora B Warella, M.Pd.K Selaku Wadec I Dan Bapak Johan R Marlissa, M.Th Selaku Wadec II
3. Ibu Ilona F.Salhuteru Selaku Ketua Program Studi Pariwisata Budaya Dan Agama Bersama Bapak Victor D.Tutupary,M.Phil. selaku sekretaris program studi pariwisata budaya dan agama yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan hingga dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua Pembimbing Dari Penulis, Bapak Gilbert Alvin Rumatu,SST.Par, MM.Par Selaku Pembimbing I Dan Ibu Fransiska Pattiruhu, MH Selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang baik kepada penulis dan menyempatkan waktu sebanyak-banyaknya dalam membantu proses penyusunan proposal hingga skripsi ini dengan segala baik.

5. Kedua pengarah dari penulis, Ibu Jean Evelin Ilela S.T, M.SC selaku Mentor Dan Juga Pengarah I Dan Bapak Nugroho W idiharso selaku pengarah II yang telah membantu proses penyusunan skripsi dengan memberikan saran dan masukan dengan segala baik hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala baik.
6. seluruh dosen fakultas pariwisata yang telah membantu penulis dalam proses perkuliahan
7. JM Swiss-Belhotel Ambon Dan Seluruh Pelayan *Food And Beverage Service* Yang Telah Mengijikan Penulis Melakukan Penelitian Serta Membantu Penulis Dalam Membagikan Data Kepada Pelanggan.
8. Alm.Opa Tercinta Daniel Solemede Dan Almh.Oma Tercinta Lenora Ratuluhain yang telah merawat dan membesarkan penulis dengan kasih sayang serta berbagai nasihat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan segala baik.
9. Mama Tersayang Cornelia Solemede yang selalu memberi perhatian dan kasih sayang yang tak terhingga serta topangan doa kepada penulis dan selalu menjadi motivasi yang baik bagi penulis untuk memulai hingga menyelesaikan perkuliahan ini.
10. Keluarga Besar Solemede Terkhususnya Bapa Pas Dan Mama Seli selaku Orang Tua Wali Kepada Penulis Selama Masa Perkuliahan Di Ambon,Dan Juga Saudara Terkasih Kaka Dedi, Kk Linda, Meggy Ulen, Ivana , Alvaro yang telah membantu dan menopang penulis selama awal hingga akhir perkuliahan ini.

11. Keluarga Besar AMGPM Ranting 2 Yang Telah Menjadi Rumah Kedua Bagi Penulis Dalam Melayani, Terkhususnya Elma Dan Welly yang selalu setia menjadi teman yang baik namun selalu mengajarkan yang tidak baik tetapi terimakasih karena selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-Teman Seperjuangan GELIT'S, Vena, Veny, Cristin, Givan, Kharista, Joshua, Kk En, Mey terimakasih karena sudah berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini dan selalu memberikan support yang terbaik bagi penulis.
13. Dua sahabat tersayang, Enna dan Ria terimakasih karena selalu memberi dukungan dan menjadi penyemangat yang baik bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
14. Teman terbaik Christmas Riover Samloy yang disemogakan menjadi teman hidup terima kasih karena selalu menemani dan meluangkan waktu kepada penulis dengan memberikan dukungan dan motivasi agar selalu percaya pada rencana tuhan dan tidak putus asa sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan segala baik.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangannya, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaannya. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi penulis sendiri khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Ambon, 12 oktober 2023

Merlin Imelda Solemede
NIM: 1520190204018



ABSTRAK

Merlin Imelda Solemede, NIM 1520290204018

Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan

Pelanggan Di Swiss-Bellhotel Ambon

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Swiss-Bellhotel Ambon. pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian berdasarkan (Uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh R^2 sebesar 0,174% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan sedangkan 82,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

kata kunci : Pengaruh, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR LOGO.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
PENGESAHAN PENGUJI.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5

1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN TINJAUAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Tinjauan Teori.....	9
2.2.1 Kualitas Pelayanan	9
2.2.2 Dimensi – Dimensi kualitas pelayanan	10
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3 Kerangka Berpikir.....	13
2.4 Analisa Regresi	14
2.5 Hipotesis Penelitian.....	15

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

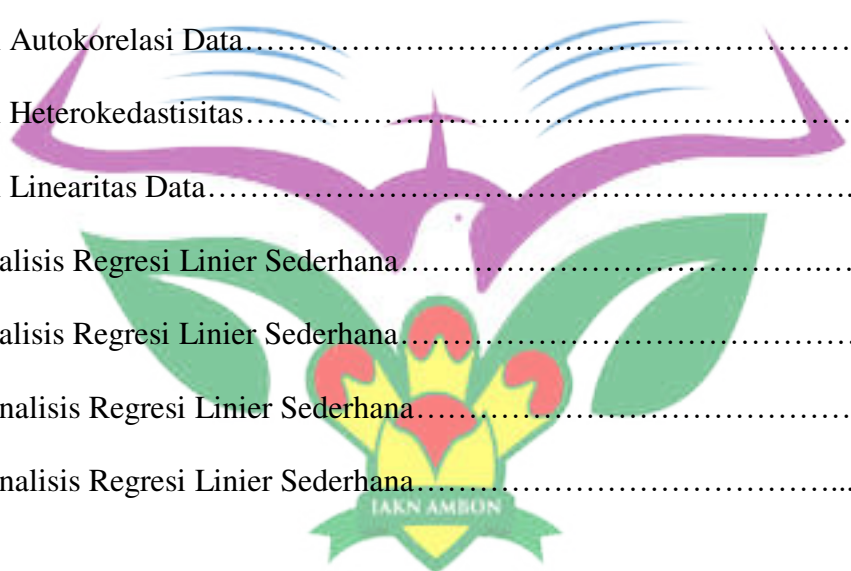
3.1 Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Lokasi Penelitian.....	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	17

3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel.....	18
3.4 Instrumen Penelitian.....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.7 Teknik Validitas Data.....	24
3.7.1 Uji Validitas.....	24
3.7.2 Uji Realibitas.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	26
4.2 Uji Kualitas Data.....	28
4.2.1 Uji Validitas Data.....	28
4.2.2 Uji Realibitas Data.....	31
4.3 Teknik Analisis Data.....	34
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	34
4.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	38
4.4 Uji t.....	44
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1 Kisi –Kisi Instrumen.....	19
4.1 Data Responden.....	26
4.2 Uji Validitas Data.....	28
4.3 Uji Realibilitas Data.....	31
4.4 Uji Normalitas Data.....	34
4.5 Uji Autokorelasi Data.....	35
4.6 Uji Heterokedastisitas.....	36
4.7 Uji Linearitas Data.....	37
4.8 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	38
4.9 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	39
4.10 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
4.11 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Awal.....	50
Lampiran 2. Kuesioner Pelanggan.....	52
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian.....	57





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan atau *customer*. Usaha perhotelan yang tergolong dalam industri jasa pelayanan memegang peranan penting dalam memenuhi dan memuaskan keinginan yang dibutuhkan tamu. Pelayanan yang sebaik-baiknya kepada tamu merupakan hal utama yang tidak dapat dipisahkan dalam usaha perhotelan agar tamu merasa betah atau nyaman menginap di hotel yang bersangkutan, sehingga menambah lama tinggal atau bahkan merencanakan untuk kembali datang atau menginap di lain waktu perlu pelayanan yang optimal. Pelayanan yang optimal dan memuaskan tamu juga akan menimbulkan citra hotel yang baik di mata tamu. Perusahaan perhotelan dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang disampaikan telah memenuhi atau melebihi target yang diharapkan (Silfia, 2019).

Peranan hotel dalam industri pariwisata memang sangat penting. hotel sebagai sarana akomodasi umum sangat membantu para wisatawan yang sedang berkunjung untuk berwisata dengan jasa penginapan yang disediakan oleh hotel. Hubungan industri perhotelan dan kepariwisataan memiliki kaitan yang erat. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructures*) yang berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada jumlah wisatawan yang datang. Bila diumpamakan industri pariwisata itu sebagai suatu bangunan, maka sektor perhotelan merupakan tiangnya

(C.m, 2019). Oleh karena itu, hotel perlu memberikan kualitas jasa yang terbaik dan memuaskan tamu yang datang atau menginap, terutama kualitas jasa pelayanan yang ada di bagian restaurant. Tamu yang datang atau menginap di hotel pasti membutuhkan makan, minum, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan restaurant. Oleh karena itu, kualitas jasa pelayanan sangat berperan penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan karena restaurant merupakan salah satu bagian terbesar departemen yang menghasilkan jasa pelayanan (Silfia, 2019). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pengunjung setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya. Kualitas Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pengunjung akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang (Murni et al., 2022). Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak. Setiap penyedia jasa yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara

meningkatkan kepuasan pengunjungnya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Mulya et al., 2022).

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pengunjung (Murni et al., 2022). Kepuasan pengunjung memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pengunjung hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pengunjung yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli (Noor & Dra, 2020). *Food and beverage service* (FBS) adalah departemen yang memberikan jasa pelayanan dan penyajian makanan dan minuman yang dikelola secara profesional dan bersifat komersial dengan tujuan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan serta mendapatkan keuntungan secara finansial. Departemen ini secara khusus terdapat terutama di dalam industri perhotelan. *Food and beverage* sendiri memiliki tanggung jawab dalam hal memenuhi kebutuhan pelayanan yang berkaitan dengan makanan dan minuman kepada para tamu atau pelanggan

(Rizka, n.d.). *Swiss-Belhotel International* adalah perusahaan hotel *management* yang unik karena filosofinya, perusahaan ini didirikan pada tahun 1986 oleh Mr. Peter Gautschi dan mulai memasuki pasar Asia sejak tahun 1997 hingga saat ini telah memiliki 32 hotel, dan 25 hotel lainnya dan direncanakan untuk membuka 18 gerai hotel (Wikipedia, n.d.).

Swiss-Belhotel Ambon yang merupakan salah satu hotel yang berada dalam grup Swiss-Belhotel International dan merupakan salah satu hotel terbaik di Kota Ambon.

Pada *Swiss-Belhotel* Ambon ditemukan ada beberapa pelanggan yang mendapat pelayanan yang sangat baik namun ada beberapa pelanggan yang komplain dan melakukan pengaduan karena mendapat pelayanan yang tidak baik seperti pesanan yang di antarkan sangat lama, dan juga ada beberapa pesanan yang diantar namun tidak sesuai dengan yang dipesan. sehingga sering menjadi teguran kepada pelayan pada saat *briefing*. Berdasarkan magang yang dilakukan selama 1 bulan, penulis melakukan pengamatan menemukan masih rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan dan kurangnya pemahaman tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk proposal skripsi dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan *Food And Beverage Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon"**

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* di Swiss-Belhotel, yaitu :

1. Adanya keluhan terhadap rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan.
2. Kurangnya pemahaman tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka diambil rumusan masalahnya adalah bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan *Food And Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka diambil tujuan penelitian sebagai berikut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di *Swiss-Belhotel* Ambon

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini, penulis dapat memberikan kontribusi bagi Institut Agama Kristen Negeri Ambon khususnya pada Program Studi Pariwisata Budaya dan Agama dalam pengembangan ilmu kepariwisataan dan sebagai bahan masukan

yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.

2. Praktis

Melalui penelitian ini, penulis dapat memberikan sumbangsih dan sebagai bahan masukan bagi pihak Swiss-Belhotel Ambon terkait kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di *Food and Beverage Service* serta keinginan tamu guna meningkatkan kualitas pelayanan hotel.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN TINJAUAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu Pertama, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah oleh Silfa Hastuti 2019*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil 100 orang., pengambilan 100 sampel ini sudah dianggap mewakili populasi dalam penelitian. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Jenis penelitian ini dengan hasil analisis terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan di hotel Grand Dafam Rohan Syariah mengalami peningkatan.

Kedua, “ *pengaruh kualitas food and beverage department terhadap kepuasan konsumen hotel daily oleh Herlina Dan Laila Muliani 2020*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan *Food and Beverage Department* terhadap kepuasan konsumen di Hotel Daily Inn, Jakarta, dengan hipotesis sebagai berikut: *H₀ = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan Food and Beverage*

Department terhadap kepuasan konsumen Hotel Daily Inn, Jakarta H1 = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan Food and Beverage Department terhadap kepuasan konsumen Hotel Daily Inn, Jakarta. pada penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan food and beverage departemen hotel daily inn jakarta, berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan konsumen yang datang. dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Ketiga, “***pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan do F&b service department nusa dua beach hotel bali, oleh I Gede Witayasa Dan Nyoman Sudiarta 2020.*** penelitian ini adalah penelitian kuantitatif maka alat utama yang digunakan adalah kuesioner Pelanggan mengisi kuesioner yang diberikan, untuk mengetahui persepsi atas kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan hotel yang datang ke ***F&B Service Department Nusa Dua Beach Hotel Bali*** berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang berarti bahwa apabila pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Dalam penelitian terdahulu diatas maka dapat diketahui bahwa perbedaan penelitian ini

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga. Definisi pelayanan menurut Gronroos, yaitu: Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan. (Silfia, 2019)

Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Jadi, kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga.

2.2.2. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- a. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menanggapi setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (*Tangible*) merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditujukan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. aspek

tampilan fisik yang disediakan akan sangat menentukan kepuasan dari pengguna jasa.(Silfia, 2019)

2.2.3. Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan, kepuasan atau satisfaction dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik) dan "*facto*" (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang."

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian pelanggan setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebagai mana yang disebutkan oleh Richard Oliver: Kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Dalam kajian literature kepuasan pengunjung yang mengidentifikasi definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi (bahkan beberapa di antaranya saling tidak konsisten satu sama lain), kedua pakar dari *Washington State University* ini menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama:

1. Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif).

2. Respon tersebut menyangkut focus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya).
3. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa. berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain-lain).

Secara singkat, kepuasan pelanggan terdiri dari atas tiga komponen: respon menyangkut focus tertentu yang ditentukan pada waktu tertentu." Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. mengatakan kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh pengunjung atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Mengemukakan kepuasan pengunjung berkaitan dengan perasaan pengunjung setelah membeli barang atau jasa. Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pengunjung. Kotler mengatakan bahwa kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya.(Noor & Dra, 2020).

2.2.4. Dimensi-Dimensi Kepuasan Pelanggan

Ada 5 definisi yang berkembang untuk kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk
2. Respon pengunjung terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan

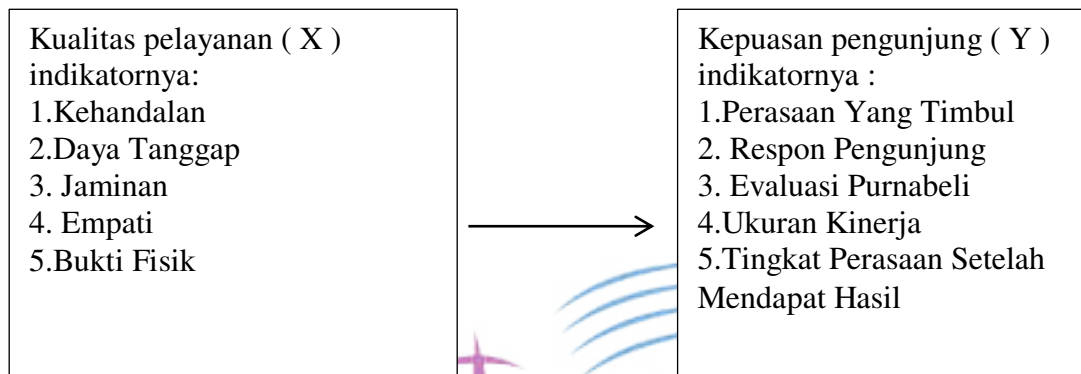
3. Evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian.
4. Ukuran kinerja 'produk total' sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirement*).
5. Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Pendapat Sugiyono mendefinisikan kerangka berpikir sebagai model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting. Konteks yang dimaksud untuk kerangka penelitian. Dalam menjalankan sebuah penelitian yang membutuhkan kerangka berpikir, alangkah lebih baiknya jika hal tersebut mampu menjelaskan secara teoritis. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. (Noor & Dra, 2020)

2.3 Kerangka Berpikir

Menjelaskan hubungan antara variable yang diangkat jadi peneliti bisa menjelaskan hubungan antara variable independen & variable dependent. Kualitas pelayanan mempunyai lima indikator yaitu: Keandalan (*Reliability*) Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) Bukti Fisik (*Tangibles*) yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swiss-Belhotel Ambon.

Ketika kualitas pelayanan baik maka pengunjung akan puas, tetapi sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan tidak akan puas. Dari penjelasan diatas maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut:



Dari gambar diatas menunjukan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan . adapun keterangan kerangka berpikir pada gambar diatas adalah sebagai berikut:

—————→ = adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

□ = variabel penelitian

2.4 Analisa regresi

Analisis Regresi Sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam Analisis Regresi Sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan Rumus dibawah ini :

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Pada penelitian kuantitatif, hipotesis lazim dituliskan dalam sub-sub tersendiri yaitu ada di bab II. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan sebelumnya pada bab 1 maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah:

H_0 : Tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan *Food And Beverage Service* Terhadap kepuasan pengunjung di Swiss-Belhotel Ambon.

H_1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan *Food And Beverage Service* terhadap kepuasan pengunjung di Swiss-Belhotel Ambon.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variable sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesiner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Prof.Dr,Sugiyono 2020).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Jl. Benteng Kapaha No.88, Uritetu, Kec. Sirimau, Kota Ambon, Maluku 97124 Swiss-Belhotel Ambon pada Swisscafe hotel.

3.3. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Prof.Dr,Sugiyono 2020). populasi dalam penelitian ini pelanggan yang menggunakan layanan FBS Swiss-Belhotel Ambon dengan jumlah populasi sebesar 3500 pelanggan,

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus *Isaac dan Michael* dengan taraf kesalahan 10%, sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} = s = \frac{2,706 \cdot 3500 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (3500-1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 251 \text{ dan yang diolah adalah 80 data.}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

λ^2 = chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. untuk tingkat K1 dan kesalahan 10% (confidence level) harga chi kuadrat = 2,706, dalam perhitungan 2,706 tidak dikuadratkan.

d = perbedaan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel yang diharapkan
sampling error/tingkat kepresisian sampel = 5% = 0,05

N = jumlah populasi

p = peluang benar (0,5)

Q = peluang salah (0,5)

dari perhitungan menggunakan rumus *Isaac dan Michael* diatas didapat sampel sejumlah 251 pelanggan, kemudian akan digunakan untuk dapat mewakili populasi sejumlah 3500 pelanggan.

3.4 Instrumen Penelitian

Tabel 3.1

Kisi – Kisi Instrumen

Variabel	No Item	Indikator	Instrumen	Sumber Data
Kualitas pelayanan (X)	1-5	1.Kehandalan <i>(Reliability)</i> 2.Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i> , 3.Jaminan <i>(Assurance)</i> , 4.Empati <i>(Empathy)</i> 5.Bukti Fisik <i>(Tangibles)</i>	Kuesioner	Responden
Kepuasan pelanggan (Y)	6-10	1.Perasaan Yang Timbul 2. Respon Pengunjung 3. Evaluasi Purnabeli 4.Ukuran Kinerja	Kuesioner	Responden

		5.Tingkat Perasaan Setelah Mendapat Hasil		
--	--	---	--	--

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. instrument-instrumen dalam penelitian sosial memang ada yang sudah tersedia dan yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya lima, maka jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian juga lima. Instrumen-instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan, tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala (Prof.Dr,Sugiyono, 2020)

1. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Interval jawaban bisa 3, 4, dan 5 yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- | | |
|----------------------|------------------|
| a. sangat puas | a. selalu |
| b. puas | b. sering |
| c. ragu-ragu | c. kadang-kadang |
| d. tidak puas | d. tidak pernah |
| e. sangat tidak puas | |

untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|--|---|
| 1. sangat puas/selalu/diberi skor | 5 |
| 2. puas/sering/diberi skor | 4 |
| 3. ragu-ragu/tidak tahu/netral diberi skor | 3 |
| 4. tidak puas/hampir tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| 5. sangat tidak puas/tidak pernah/diberi skor | 1 |

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup penelitian.

- a. Observasi, digunakan untuk mengumpulkan data awal yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan proposal/skripsi, dengan melakukan pengamatan terhadap para pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon
- b. Angket/Kuesioner, merupakan alat pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.
- c. Kepustakaan, digunakan untuk pengumpulan data sebagai kajian teori tentang kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan internet.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. terdapat dua macam statistic yang digunakan dalam analisis data, yaitu statistic deskriptif dan statistik inferensial. dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic inferensial yang bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi

3.7 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linier antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. jika suatu model tidak memenuhi syarat linieritas maka mode regresi linier tidak bisa digunakan.

2) Uji heteroskedastisitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka (0) pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikutiarah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

4) Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi anatar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya)

3.7. Teknik Validitas Data

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut:(Noor & Dra, 2020)

1. Berdasarkan signifikasi

- a. Jika nilai signifikasi 0,05 maka item dinyatakan tidak valid
- b. Jika nilai signifikasi 0.05 maka item dinyatakan valid

2. Berdasarkan nilai korelasi

a. Jika nilai r hitung $< r$ table maka item dinyatakan tidak valid

b. Jika nilai r hitung $> r$ tabel maka item dinyatakan valid table

Rumus korelasi product moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

2. Uji Realibilitas

Realibilitas berasal dari kata *realibility* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi kestabilan yang dapat dipercaya. Uji realibilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji realibilitas yang banyak digunakan pada penelitian yang menggunakan metode Cronbach alpha. Metode pengambil keputusan untuk uji realibilitas menggunakan batasan 0,6. menurut sekaran (1992) realibitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedngkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Noor & Dra, 2020).

rumus alpha cronbach:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2}$$

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi data penelitian

Deskripsi data merupakan upaya untuk menampilkan data agar data dapat ditunjukkan secara baik dan mudah. Dalam deskripsi data penyusunan terhadap data meliputi bentuk tampilan yang mudah untuk dibaca serta lengkap. Data untuk penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat.

Pada penelitian ini data diperoleh dengan mengantarkan langsung kuesioner kepada responden di Swissbel-hotel Ambon. Kota Ambon memiliki hotel, namun penelitian ini hanya dilakukan pada salah satu hotel yang berada di kota Ambon yaitu Swissbel-hotel, peneliti diijinkan untuk melakukan penelitian selama satu bulan untuk mengambil data yang telah disiapkan dalam bentuk kuesioner.

Dalam penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan 50 pertanyaan, dalam pertanyaan tersebut sudah terdapat indikator-indikator pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Setiap kuesioner yang diberikan kepada responden dan diharapkan agar responden dapat mengisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kuesioner sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dari kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan di Swissbel-hotel Ambon dapat diolah menjadi data yang berguna bagi kelanjutan penelitian ini.

Kuesioner yang disebarakan kepada responden, dengan distribusi penyebaran disajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden

NO	UMUR	JUMLAH
1	17-25	62
2	26-30	20
3	31-35	8
4	36-40	4
5	41-50	8

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH
1	LAKI-LAKI	48
2	PEREMPUAN	54

Analisis :

- Dari kuesioner yang diolah dan gambaran umum mengenai responden yang dapat terinci dan dilihat pada tabel diatas diketahui dari segi usia terdapat 62 responden yang berada pada kisaran 17 sampai 25 tahun, 20 responden usia kisaran 26 sampai 30 tahun, 8 responden usia kisaran 31-35 tahun, 4 responden usia kisaran 36-40 tahun, dan 8 responden usia kisaran 41-50 tahun.
- dilihat dari jenis kelamin responden laki-laki 48 orang responden dan

perempuan 54 orang responden. artinya sebagian besar responden adalah perempuan.

4.2 Uji Kualitas Data

4.2.1 Uji Validitas Data

Bukti pertanyaan/ Pernyataan dalam sebuah kuesioner dinyatakan valid jika dalam pengujian signifikan didapatkan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. penelitian ini menggunakan alpha (α) 0,05 *degree of freedom* (df) = (N-2) = 30-2 = 28 maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,3610.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

No	variabel	Item	r_{tabel}	r_{hitung}	Ket
1	Reliability	X1	0,3610	0,988	Tvalid
		X2	0,3610	0,952	Valid
		X3	0,3610	0,988	Valid
		X4	0,3610	0,927	Valid
		X5	0,3610	0,956	Valid
2	Responsiveness	X6	0,3610	0,903	Valid
		X7	0,3610	0,977	Valid
		X8	0,3610	0,939	Valid
		X9	0,3610	0,988	Valid
		X10	0,3610	0,987	Valid

3	Assurance	X11	0,3610	0,967	Valid
		X12	0,3610	0,974	Valid
		X13	0,3610	0,960	Valid
		X14	0,3610	0,950	Valid
		X15	0,3610	0,896	Valid
4	Empathy	X16	0,3610	0,987	Valid
		X17	0,3610	0,896	Valid
		X18	0,3610	0,987	Valid
		X19	0,3610	0,976	Valid
		X20	0,3610	0,962	Valid
5	Tangibles	X21	0,3610	0,974	Valid
		X22	0,3610	0,958	Valid
		X23	0,3610	0,939	Valid
		X24	0,3610	0,957	Valid
		X25	0,3610	0,960	Valid
6	Perasaan	X26	0,3610	0,961	Valid
		Y27	0,3610	0,904	Valid
		Y28	0,3610	0,961	Valid
		Y29	0,3610	0,899	Valid
		Y30	0,3610	0,961	Valid
7	Respon	Y31	0,3610	0,885	Valid

		Y32	0,3610	0,938	Valid
		Y33	0,3610	0,895	Valid
		Y34	0,3610	0,961	Valid
		Y35	0,3610	0,950	Valid
8	Ukuran	Y36	0,3610	0,920	Valid
		Y37	0,3610	0,952	Valid
		Y38	0,3610	0,938	Valid
		Y39	0,3610	0,911	Valid
		Y40	0,3610	0,856	Valid
9	Purnabeli	Y41	0,3610	0,950	Valid
		Y42	0,3610	0,949	Valid
		Y43	0,3610	0,950	Valid
		Y44	0,3610	0,964	Valid
		Y45	0,3610	0,947	Valid
10	Tingkat Perasaan	Y46	0,3610	0,952	Valid
		Y47	0,3610	0,990	Valid
		Y48	0,3610	0,962	Valid
		Y49	0,3610	0,979	Valid
		Y50	0,3610	0,938	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dapat dinyatakan valid karena setiap butir pertanyaan/ Pernyataan tersebut memiliki nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ • pertanyaan yang dinyatakan valid kemudian perlu dilakukan uji realibitas untuk melihat konsisten jawaban dari butir-butir pertanyaan yang diperoleh dari responden.

4.2.2 UJI REALIBITAS

Metode pengambilan keputusan untuk uji realibitas menggunakan batasan 0,6 .realibitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (*mendeleynoor*).

Tabel 4.3
Hasil uji realibitas

No	Variabel	Nilai alpha	Keterangan
1	Reliability	0,979	Reliabel
		0,931	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,916	Reliabel
		0,939	Reliabel
2	Responsiveness	0,897	Reliabel
		0,961	Reliabel
		0,920	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,973	Reliabel
3	Assurance	0,948	Reliabel

		0,967	Reliabel
		0,953	Reliabel
		0,934	Reliabel
		0,878	Reliabel
4	Empathy	0,973	Reliabel
		0,926	Reliabel
		0,973	Reliabel
		0,975	Reliabel
		0,959	Reliabel
5	Tangibles	0,967	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,955	Reliabel
		0,973	Reliabel
		0,953	Reliabel
6	Perasaan	0,979	Reliabel
		0,955	Reliabel
		0,981	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,952	Reliabel
7	Respon	0,985	Reliabel
		0,965	Reliabel

		0,952	Reliabel
		0,965	Reliabel
		0,973	Reliabel
8	Evaluasi	0,971	Reliabel
		0,981	Reliabel
		0,965	Reliabel
		0,985	Reliabel
		0,985	Reliabel
9	Ukuran	0,979	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,934	Reliabel
		0,981	Reliabel
10	Tingkat Perasaan	0,981	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,985	Reliabel

berdasarkan table diatas dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliable karena setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* >0,6

4.3 Teknik Analisis Data

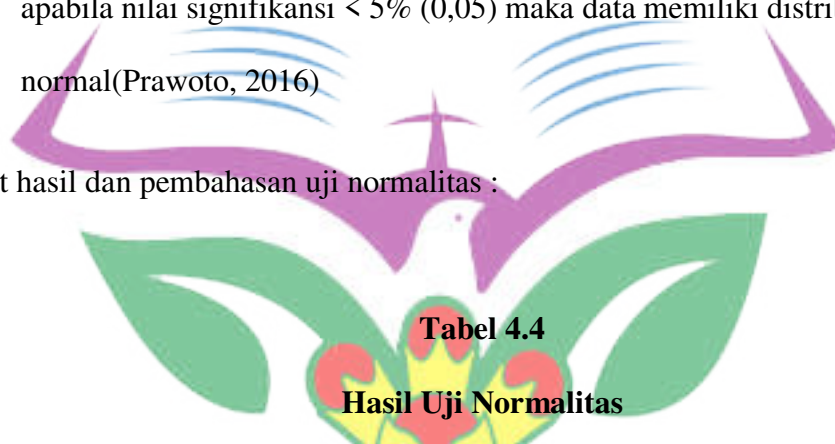
4.3.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data menggunakan kolmogorov-sirnov yang ada pada program SPSS.dengan ketentuan:

- apabila nilai signifikansi $> 5\%$ (0,05) maka data memiliki distribusi normal
- apabila nilai signifikansi $< 5\%$ (0,05) maka data memiliki distribusi tidak normal(Prawoto, 2016)

Berikut hasil dan pembahasan uji normalitas :



Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardize

d Residual

N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	6.16487973
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.091
	Negative	-.098
Test Statistic		.098

Asymp. Sig. (2-tailed)	.053 ^c
------------------------	-------------------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis

- diketahui uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov-smirnov test dengan melihat nilai Asymp.sig. (2-tailed) pada output SPSS 16. dapat terlihat bahwa data Asymp.sig. (2-tailed) sebesar $0,053 > 0,05$ sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal

b. Uji Autokorelasi

- . jika $d < D_l$ atau $d > 4-d_l$ maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi
- . jika $d_u < d < 4-d_u$ maka hipotesis nol diterima artinya tidak terdapat autokorelasi
- jika $D_L < d < d_u$ atau $4-d_u < d < 4-d_l$ artinya tidak ada kesimpulan(Prawoto, 2016)

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 ^a	.174	.164	6.20427	1.902

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

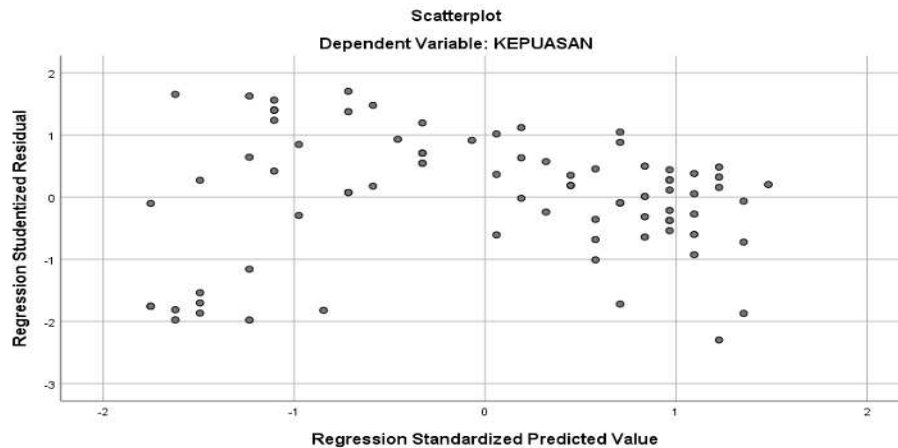
Analisis :

- nilai DW = 1,902 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi (n=80) dan jumlah variabel independen k=1
- DL = 1,6114
- DU= 1,6620
- karena DW terletak antara DU dan $(4-DU) = 1,6620 < 1,902 < 2,338$. Maka dapat disimpulkan bahwa gagal tolak H_0 yang artinya tidak ada autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

D. Uji heteroskedastisitas

- Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka () pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.(Prawoto, 2016)

Tabel 4.6
Uji Heteroskedastisitas.



sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis :

- tidak ada pola yang jelas
- titik –titik menyebar diatas dan dibawah angka nol
- titik-titik yang ada tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka pada data in tidak terjadi Heteroskedastisitas.

D. Uji Linearitas

- jika nila sig.deviation from linearity $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat
- jika nilai sig.deviation from $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antar variabel bebas dan variabel terikat.(Prawoto, 2016)

Tabel 4.7
Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan* Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	1514.283	39	38.828	1.013	.483
		Linearity	74.790	1	74.790	1.952	.170
		Deviation from Linearity	1439.493	38	37.881	.988	.513
	Within Groups		1532.917	40	38.323		
	Total		3047.200	79			

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis:

Pada tabel Anova harga F pada deviation from linierity sebesar 0,988 dengan nilai signifikan 0,513 maka diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan $0,513 > 0,05$ maka dari hippotesis yang diberikan H_1 diterima. artinya kedua variabel saling berhubungan secara linier.

4.3.2. Analisi Regresi Sederhana

Bagian Kesatu Dan Kedua Di Output

Tabel 4.8 Hasil Uji analisis linier

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUASAN PELANGGAN	115.40	6.211	80

KUALITAS PELAYANAN	113.05	7.214	80
--------------------	--------	-------	----

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Correlations

		KEPUASAN PELANGGA N	KUALITAS PELAYANA N
Pearson Correlation	KEPUASAN PELANGGAN	1.000	.474
	KUALITAS PELAYANAN	.474	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN PELANGGAN	.	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.000	.
N	KEPUASAN PELANGGAN	80	80
	KUALITAS PELAYANAN	80	80

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis:

- rata-rata kepuasan pelanggan (dengan jumlah data 80) adalah 115,40 dengan standar deviasi 6,211

- rata –rata kualitas pelayanan (dengan jumlah data 80) adalah 113,05 dengan standar deviation 7,214
- besar hubungan antar variabel kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,474 hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat erat diantara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. arah hubungan yang positif (tidak ada tanda negatif pada angka 0,474 yang menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka pelanggan akan puas sebaliknya apabila kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan tidak akan puas.

Bagian ketiga dan keempat output

Tabel 4.9 uji analisis regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITAS PELAYANA N ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. All requested variables entered.

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.474 ^a	.225	.215	5.504

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis

- tabel pertama menunjukan variabel yang dimasukan adalah kualitas pelayanan dan tidak ada variabel yang dikeluarkan. hal ini disebabkan metode yang dipakai adalah single step (enter) dan bukannya stepwise
- angka R square adalah 0,225 (pengkuadratan dari koefisien korelasi. R square bisa disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 22,5% dari variasi kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh kualitas pelayanan. sedangkan sisanya (100% - 22,5% = 77,5%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. R square berkisar pada angka 0 sampai 1
- *standar error of estimate* adalah 5,504 (satuan yang dipakai dalam variabel dependen adalah kepuasan pelanggan , standar deviasi kepuasan pelanggan adalah 6,211 yang jauh lebih besar dari standar error of estimate yang hanya 5,504 maka model regresi lebih bagus bertinak sebagai prediktor kepuasan pelanggan daripada rata-rata kepuasan pelanggan itu sendiri.

Bagian kelima dan keenam output

Tabel 4.10 uji analisis regresi linier

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	684.292	1	684.292	22.589	.000 ^b
	Residual	2362.908	78	30.294		
	Total	3047.200	79			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	69.281	9.723		7.125	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.408	.086	.474	4.753	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis

- Dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 22.589 dengan tingkat signifikan 0,000. karena probabilitas (0,000) Jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

persamaan regresi : $Y = 69.281 + 0,408 X$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan yang menunjukkan besarnya nilai X yang diestimasi sebagai berikut

- nilai konstanta sebesar 69.281 artinya variabel bebas kualitas pelayanan (X) dalam keadaan konstanta atau (0) maka nilai kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 69.281 artinya kualitas pelayanan tidak ada pelanggan tidak akan puas.
- koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,408 artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,408 artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik, maka pelanggan Swiss-Belhotel Ambon tidak akan puas. sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka pelanggan Swiss-Belhotel Ambon akan puas. (Prawoto, 2016)

4.4 . Uji t

Uji t digunakan untuk apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi

variabel dependen (Y) , dengan ketentuan sebagai berikut:

Berdasarkan nilai signifikansi (sig).

- jika nilai sig < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima
- jika nilai signifikansi > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) atau hipotesis ditolak.(Prawoto, 2016)

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel

- jika nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima
- jika nilai t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak(Prawoto, 2016)

Tabel 4:11 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	69.281	9.723		7.125	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.408	.086	.474	4.753	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

sumber data : pengolahan data pada spss (2023)

Analisis :

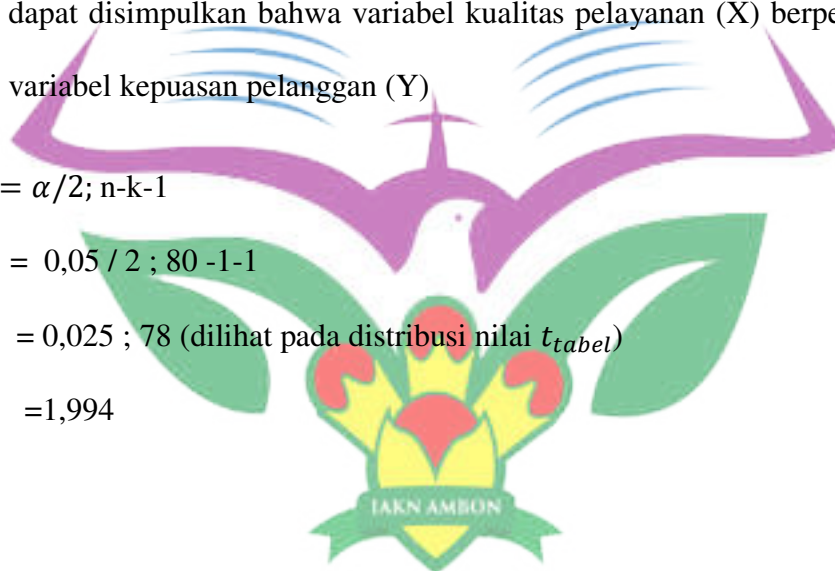
- berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (x) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)
- berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $4.753 > t_{tabel} 1,994$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

$$t_{tabel} = \alpha/2; n-k-1$$

$$= 0,05 / 2 ; 80 - 1 - 1$$

$$= 0,025 ; 78 \text{ (dilihat pada distribusi nilai } t_{tabel})$$

$$= 1,994$$



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

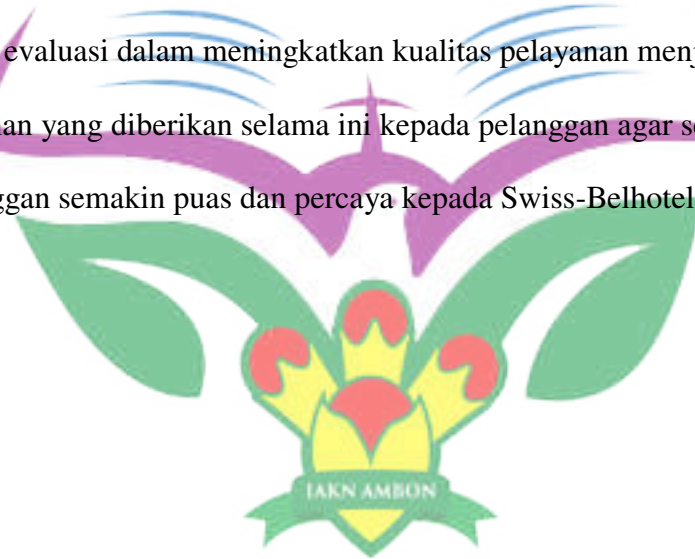
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yang sesuai dengan rumusan masalah yaitu bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan *food and beverage service* terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh Variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon sehingga berdasarkan hasil uji regresi linier diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $4,753 > t_{tabel}$ 1,994 dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) . Maka disimpulkan bahwa H_1 ada pengaruh kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon diterima.
2. Besarnya kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan *FBS* (kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan adalah 22,5%. Sementara sisanya sebesar 77,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkan dan hasil analisis yang diperoleh maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Sehubungan telah dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan *food and beverage service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon maka sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik.
2. elayanan yang diberikan selama ini kepada pelanggan agar selalu ditingkatkan agar pelanggan semakin puas dan percaya kepada Swiss-Belhotel Ambon.



DAFTAR PUSTAKA

- C.m, E. (2019). *Eister C.M, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi dengan Kepuasan Kerja Sebagai Mediasi pada Sektor Pehotelan Bintang Empat di Kota Batam ,2015 UIB Repository©2015*. 1–11.
- Mulya, M. H., Hutahean, J. I. F., J, A. B. I., & Rizal, A. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Dkandangan Amazing Farm. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15635–15638.
- Murni, H., Berkat, P., Gea, N. E., Mendrofa, R. N., & Manajemen, J. (2022). *WERY BAKERY MIGA KOTA GUNUNGSITOLI THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON UD . WERY BAKERY MIGA CITY GUNUNGSITOLI Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 . November 2022 , Hal . 1542-1548*. 10(4), 1542–1548.
- Noor, fahtira vir, & Dra. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA. In *file:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJA_PRI NT.docx* (Vol. 21, Issue 1).
- Prawoto, A. T. B. N. (2016). *Analisis Regresi*.
- Prof.Dr, S. (2020). *metode penelitian pariwisata*.
- Rizka. (n.d.). *food and beverage service*. <https://greatdayhr.com/id-id/blog/food-and-beverage-adalah/>
- Silfia, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap

Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Ayaz*, 8(5), 55.

Wikipedia. (n.d.). *Swiss-Belhotelinternational*. https://id.wikipedia.org/wiki/Swiss-Belhotel_International



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

1. Berikut Ini Adalah Data Kunjungan Restoran Di Swiss-Belhotel Ambon Pada Jan 2022- Mar 2023.

TAHUN	BULAN	TOTAL PAX
2022	JAN	3.389
2022	FEB	3.091
2022	MAR	4.554
2022	APR	4.154
2022	MAY	2.323
2022	JUN	2.845
2022	JUL	1.572
2022	AUG	3.694
2022	SEP	1.226
2022	OCT	1.585
2022	NOV	5.744
2022	DEC	4.946
2023	JAN	2.718
2023	FEB	3.258
2023	MAR	3.072

lampiran 2

Bapak /Ibu/Saudara/Saudari Yth.

Saya adalah mahasiswa Institut Agama Kristen Negeri Ambon yang sedang mengadakan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Swiss-Belhotel Ambon.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk keperluan penyusunan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan S1 di Institute Agama Kristen Negeri Ambon. untuk itu saya mohon kesediaannya untuk mengisi angket yang akan dipergunakan sebagai data primer dalam penelitian ini.

Terima kasih atas kesediaannya dan telah meluangkan waktu untuk membantu saya.

Ambon,25 Mei 2023

Merlin Imelda Solemede



KUESIONER PELANGGAN SWISS-BELHOTEL AMBON IDENTITAS RESPONDEN

JENIS KELAMIN:

USIA :

A. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan Food and Beverage Service terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon serta bertujuan dalam pengambilan data awal terhadap penyusunan proposal/skripsi.

B. Kuesioner ini dikhususkan kepada pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon dan biodata yang mengisi kuesioner ini dirahasiakan.

C. Keterangan jawaban: Sangat Puas (5), Puas (4), Ragu-Ragu (3), Tidak Puas (2), Sangat Tidak Puas (1)

D. Berilah tanda centang pada nomor yang akan dipilih.

1.Aspek Kehandalan/Reliability (Keahlian Pelayan)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelayan memberikan layanan akurat kepada pelanggan					
2	Pelayan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati					
3	Pelayan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati					
4	Pelayan mampu memberikan pelayanan tepat waktu					
5	Pelayan memberikan pelayanan yang terbaik					

2.Aspek Daya Tanggap /Responsiveness (Sikap Tanggap)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Kemampuan dan kesedian pelayan dalam merespon pelanggan					
2	Pelayanana secara cepat dan tepat					
3	Pelayanan menanggapi kebutuhan tamu hotel					

4	Pelayan memberikan informasi yang lengkap kepada pelanggan					
5	Pelayan dengan sigap melayani keluhan pelanggan					

3. Aspek Jaminan/Assurance (Perilaku Terhadap Pelanggan)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelayan menumbuhkan rasa kepercayaan kepada pelanggan					
2	Pelayan memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan kepada pelanggan					
3	Pelayan dapat dipercaya					
4	Pengetahuan dan kecakapan pelayan yang baik dalam setiap bidangnya					
5	Pelayan bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan					

4. Aspek Empati/Empathy (Pemahaman Terhadap Kepentingan Pelanggan)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelayan memahami masalah pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan					
2	Pelayan memberikan perhatian personal kepada pelanggan					
3	Memiliki jam operasi yang nyaman					
4	Pelayan tidak membedakan pelanggan satu dengan pelanggan lain					
5	Pelayan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan					

5. Bukti Fisik (Tangibles)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelayan berpenampilan bersih dan rapi					
2	Fbs memiliki fasilitas penunjang yang lengkap					
3	Ruangan fb memilikitempat duduk yang nyaman dan bersih					
4	Memiliki sarana fbs yang baik					
5	Memiliki ruangan yang nyaman					

6.Aspek Pada Perasaan Pelanggan

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelangan merasa puas dengan pelayanan fbs					
2	Pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang disediakan					
3	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang sesuai dengan keinginan					
4	Pelanggan merasa puas dengan kemampuan pelayan fbs					
5	Pelanggan merasa puas dengan harga makanan dan minuman yang sesuai					

7. Aspek Pada Respon Pelanggan

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelanngan merasa puas karena mendapat pelayanan sesuai harapan					

2	Pelanngan merasa puas dengan makanan dan minuman yang disediakan					
3	Pelanggan meras apuas dengan informasi yang diberikan pelayan					
4	Pelanngan merasa puas dengan penyajian makanan dan minuman yang strategis					
5	Pelanggan merasa puas dengan penampilan pelayan					

8. Aspek Pada Evaluasi Purnabeli Keseluruhan

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Merasa puas dengan jasa pelayan yang melebihi harapan pelanggan					
2	Pelanggan meras apuas dengan kinerja atau hasil produk jasa yang diterima					
3	Pelanggan merasa puas dengan manfaat dan fasilitas yang di dapat sesuai atau melebihi yang diharapkan					
4	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan berminat untuk berkunjung kembali					
5	Pelanggan merasa puas dengan waktu pelayanan yang diberikan					

9. Aspek Pada Ukuran Kinerja

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan sesuai waktu yang ditentukan					
2	Pelanggan merasa puas dengan jasa yang diberikan					
3	Pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan hotel					

4	Pelanggan merasapuas dengan kecepatan pelayan					
5	Jasa yang diberikan sesuai dengan keperluan pelanggan					

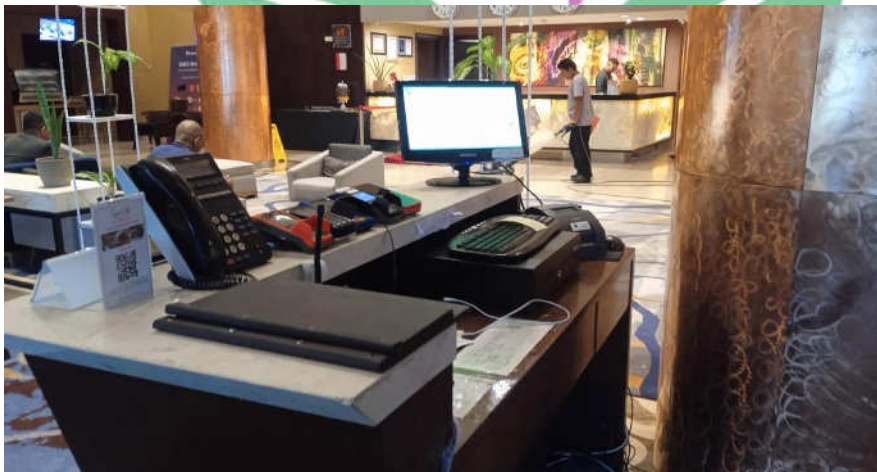
10. Aspek Pada Tingkat Perasaan Seseorang

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelanggan merasa puas dengan hasil dari pelayanan yang diberikan					
2	Pelanggan merasa puas dengan keramatamaan dari pelayan					
3	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan					
4	Pelanggan merasa puas dengan penampilan pelayan					
5	Pelanggan merasa puas dengan tata bicara pelayan					

Lampiran 3









KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI AMBON
Jalan Dolog Halong Atas, Tlp.(0911) 346161
<http://www.iaknambon.ac.id> Email :info@iaknambon.ac.id
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Nomor : B-2946/Iak.03/L.2/TL.00/05/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Mohon Ijin Penelitian

24 Mei 2023

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
di

Tempat

Dalam rangka pemenuhan tugas akhir mahasiswa, maka penelitian lapangan merupakan salah satu tahapan yang mesti dijalani. Tahapan penelitian lapangan ini dilaksanakan guna mendapatkan data yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti oleh mahasiswa. Sehubungan dengan hal itu maka kami mohon agar Bapak/Ibu dapat mengizinkan mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian serta dapat memberikan data yang dibutuhkan. Mahasiswa yang bersangkutan dengan topik penelitiannya adalah :

Nama : Merlin Imelda Solemede
NIM : 152019020418
Prodi : Pariwisata Budaya dan Agama
Fakultas : Ilmu Sosial Keagamaan
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon
Lokasi Penelitian : Swiss-Belhotel Ambon
Lama Penelitian : 29 Mei s.d 29 Juni 2023

Demikian permohonan kami, atas kesediaan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ketua Lembaga Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat

Herly J. Lesilolo

Tembusan :
✓ 1. Yang bersangkutan
2. Arsip



SURAT KETERANGAN

No: 015/HR-out/BBAM/X/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Marisa Anggun Pribadi**
Jabatan : **HR Manager**
Alamat : **Swiss-Belhotel Ambon Jl. Benteng Kapaha, Ambon**

Menerangkan bahwa:

Nama : **Merlin Imelda Solemede**
Identitas : **Mahasiswa IAKN**
Judul Penelitian : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Food and Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon**

Menerangkan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugas Penelitian pada Swiss-Belhotel Ambon dari 12 Juni 2023 sampai dengan 29 Juni 2023.

Demikian surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai lampiran administrasi penelitian.

Terima kasih atas perhatiannya.

Ambon, 30 Oktober 2023

Marisa Anggun Pribadi
HR. Manager

Jalan Benteng Kapaha, Ambon 97124, Indonesia
Tel: +62 911 322 888 Fax: +62 911 322 777
E-mail: ambon@swiss-belhotel.com
swiss-belhotel.com

 **swiss-belhotel INTERNATIONAL**

