

**PENGARUH PROSES DAN BUKTI FISIK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI HOTEL SANTIKA BANDUNG**

**Muhammad Iffan¹
Raeni Dwi Santy
Rengga Radaswara**

m.iffan@gmail.com

Universitas Komputer Indonesia

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG**

ABSTRACT

This research aimed at determining the impact of process and physical evidence on customer satisfaction. Methods used in this research was quantitative analysis using multiple regression analysis with validity and reliability test. Sampling method used in this research is random sampling through the distribution of a series of questionnaires to 93 customers at Santika Hotel as a case study. This research investigated process and physical evidence that affected customer satisfaction. The result showed that both variables have significant effect on customer satisfaction either partially or simultaneously.

Keyword: Process, Physical Evidence, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh proses dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan uji validitas dan reliabilitas. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling melalui distribusi serangkaian kuesioner kepada 93 konsumen di Hotel Santika sebagai studi kasus. Penelitian ini menyelidiki proses dan bukti fisik yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Proses, Bukti Fisik, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Sektor jasa merupakan salah satu saktor terbesar dari perekonomian Indonesia. Rata-rata pertumbuhan perekonomian kota Bandung pada tujuh tahun terakhir adalah 7,8% (Sumber: BPS Kota Bandung). Sebagian besar perekonomian kota Bandung ditopang oleh aktivitas ekonomi di sektor jasa. Kota Bandung terpilih menjadi kota yang sering dikunjungi wisatawan asia. Bandung menempati posisi ke-4 setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Hasil tersebut didapatkan dari survei independen yang dilakukan terhadap wisatawan lokal dan para turis asing di situs jejaring sosial, Facebook. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Nunung Sobari, mengatakan bahwa saat ini Bandung menempati urutan pertama sebagai kota favorit di Asean (Sumber: CNN Indonesia).

Orang-orang saat ini menghabiskan waktu akhir pekan dengan berlibur, salah satunya dengan mengunjungi kota Bandung, karena kota Bandung memiliki tempat wisata yang digemari baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Ada 58 objek wisata di Bandung yang wajib dikunjungi. Wisatawan yang datang ke kota Bandung tidak hanya menikmati objek wisata saja, melainkan berwisata kuliner dan berbelanja. Hal ini menjadi kesempatan bagi pelaku industri di bidang jasa, salah satunya Industri perhotelan. Hotel Santika merupakan hotel yang terletak di Jalan Sumatera No. 52-54 kota Bandung. Lokasi hotel yang strategis dan berdekatan dengan tempat berbelanja menjadikan Hotel Santika Bandung ini banyak digemari oleh wisatawan.

Dari survei yang dilakukan kepada 30 orang konsumen, 60% konsumen memberikan jawaban negatif terkait proses permintaan konsumen untuk dilayani dan dipenuhi dengan responsif di Hotel Santika Bandung. Peneliti menduga proses layanan yang diberikan oleh Hotel Santika Bandung berjalan kurang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen memberikan tanggapan negatif pada permintaan pelayanan.

Selain dari variabel proses, terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bidang jasa yaitu bukti fisik. Menurut Zeithaml et al (2009:168) bukti fisik merupakan suatu hal yang dapat menentukan konsumen menggunakan jasa tersebut. Dari hasil survei awal, 63% dari 30 orang konsumen memberikan respon negative terkait bangunan hotel. Hal ini diperkuat oleh Febian selaku General Manager Hotel Santika Bandung yang mengemukakan bahwa bangunan hotel tidak sebaik hotel-hotel dibanding saat ini.

Selain dari proses layanan dan bukti fisik, kepuasan konsumen sangat penting untuk diteliti. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:180) konsumen akan menggunakan kembali jasa apabila puas akan jasa tersebut. Dari data yang didapat dari survei awal, 57% dari 30 orang konsumen memberikan respon negative terkait kualitas pelayanan di Hotel Santika Bandung. Peneliti menduga proses pelayanan yang diberikan di Hotel Santika Bandung dinilai kurang sesuai oleh sebagian konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai proses pada Hotel Santika Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai bukti fisik Hotel Santika Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen Hotel Santika Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh proses dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Bandung.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai proses pada Hotel Santika Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai bukti fisik Hotel Santika Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen Hotel Santika Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Bandung.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh proses dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Bandung.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Lupiyoadi, 2001 & Paine, 2001), mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan, seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompentensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

Menurut Yazid (2003:20) dalam penelitian Detha Alfrian Fajri, Zainul, Arifin, dan Wilopo (2013), proses merupakan semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang merupakan sistem penyajian atau operasi jasa.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2009:167) dalam penelitian Valdy Ronald Wowor pada tahun (2013). Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan kosumen. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas jasa dapat dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya.

Dari kesimpulan diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pengertian proses adalah seluruh aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menghantarkan produknya mulai dari awal hingga produk itu sampai ditangan konsumen. Upaya perusahaan dalam menghantarkan produknya agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Bobi Adi Anza (2016), proses memiliki indicator sebagai berikut:

1. Ketepatan; Ketepatan mencakup 2 aspek utama yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sikap dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan layanannya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (Tjiptono, 2000 dalam jurnal Jumiati).
2. Kecepatan: Responsivitas atau kecepatan yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera (Tjiptono, 2000 dalam jurnal Jumiati).
3. Kemudahan: Kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas layanan mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (Tjiptono, 2000 dalam jurnal Jumiati).

Bukti fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan jasa (Kotler & Keller, 2012:62). Bukti fisik diartikan oleh Zeithaml et al (2009:168) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:94) bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Berdasarkan pengertian diatas, maka

penulis dapat menarik kesimpulan bahwa bukti fisik adalah fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk dari perusahaan. Seperti kamar pada hotel, layout, pencahayaan suatu ruangan, perlengkapan bangunan dan lahan parkir dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

Indikator bukti fisik menurut Zeithaml and Bitner (2003) yaitu sebagai berikut:

1. Exterior Appearance (Tampilan Luar): *Exterior Appearance* meliputi desain gedung luar, papan nama luar, lahan parkir, warna atau cat, lingkungan sekitar/lokasi, dan tampilan eksterior keseluruhan.
2. Interior Appearance (Tampilan Dalam): *Interior Appearance* meliputi perabotan, papan nama dalam, pencahayaan interior, tata ruang, pengaturan frontline office, kebersihan, suhu, kualitas udara, dan tampilan interior keseluruhan.
3. Other Tangibles (Wujud Lain): *Other Tangibles* meliputi situs web, pakaian pegawai, surat selebaran, jaringan, display banners, dan hadiah untuk pelanggan.

Menurut Kotler dalam Sangadji dan Sopiah (2013:181), kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa begitu juga sebaliknya. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain dan sebagainya.

Menurut Wilkie dalam Fandy Tjiptono (2005:24) dalam penelitian Eswika Nilasari dan Istiatin mendefinisikan kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan.

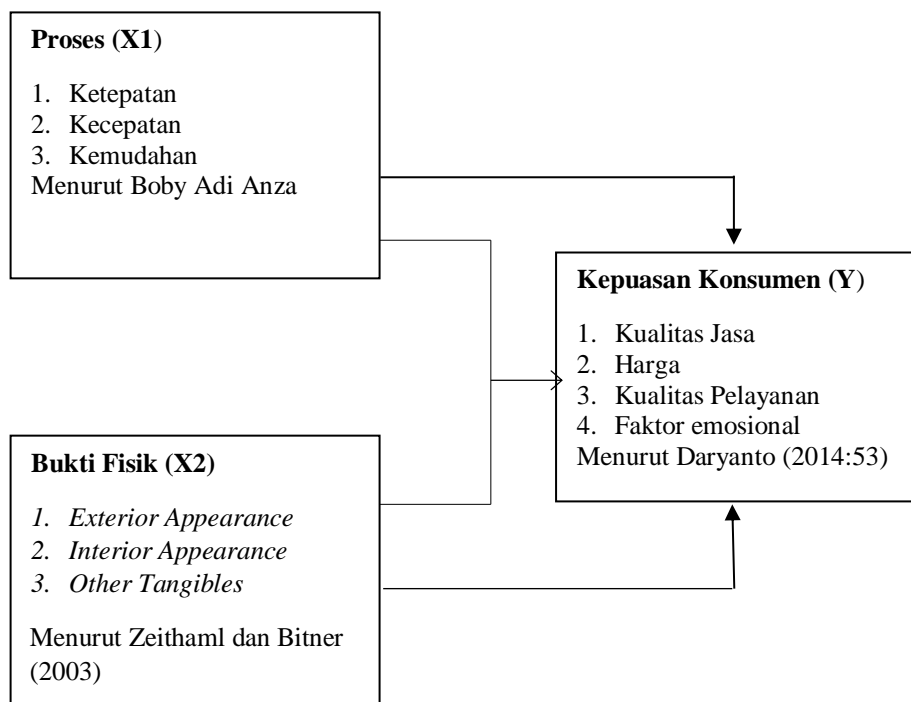
Berdasarkan pengertian diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pengertian Kepuasan konsumen adalah ekspektasi konsumen sangat besar sebelum menerima produk dari suatu perusahaan. Ekspektasi tersebut dibuktikan saat konsumen menerima suatu produk dari perusahaan, apabila produk yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan ekspektasi maka konsumen puas akan dari produk tersebut. Sebaliknya apabila produk diluar ekspektasi maka konsumen akan kecewa.

Menurut Daryanto (2014:53) indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Kualitas Jasa: Pelanggan akan merasa puas apabila pembeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
2. Harga: Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value of money yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.
3. Kualitas Pelayanan: Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Perbaikan harus dilakukan mulai dari proses seleksi, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah tiga tahun.
4. Faktor Emosional: Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik, dan pakaian. Faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari

kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

Penelitian dari Pua (2009) dalam penelitian Valdy R. Wowor (2013), menyimpulkan bahwa proses berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Sedona Manado Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan penulis. Hasil penelitian penulis ini menegaskan bahwa proses berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian Pua (2009) dalam penelitian Valdy R. Wowor (2013) menyimpulkan bahwa Tampilan Fisik berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Sedona Manado. Menurut hasil penelitian dari Pua (2009) dalam penelitian Valdy R. Wowor (2013) menyimpulkan bahwa Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses dan Bukti Fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2011:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut: “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Proses berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung

H2: Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung

H3: Proses dan Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi objek atau perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2015:41) menyatakan bahwa sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan kajian teoritis, dan melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti.

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Proses (X1) dan Bukti Fisik (X2) sebagai variabel bebas dan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan pada Hotel Santika Bandung.

Menurut Sugiyono (2015:2) menjelaskan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis pada penelitian ini akan mendeskripsikan Pengaruh Proses dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Santika Bandung.

Menurut Sugiyono (2015:21), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 93 orang responden sebagai konsumen Hotel Santika Bandung.

Uji Validitas

Validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Proses (X1), Bukti Fisik (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Proses (X1)	1	0,719	0,300	Valid
	2	0,740	0,300	Valid
	3	0,789	0,300	Valid
	4	0,644	0,300	Valid
	5	0,630	0,300	Valid
	6	0,618	0,300	Valid
	7	0,572	0,300	Valid
Bukti Fisik (X2)	1	0,748	0,300	Valid
	2	0,725	0,300	Valid
	3	0,812	0,300	Valid
	4	0,749	0,300	Valid
	5	0,852	0,300	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,743	0,300	Valid
	2	0,765	0,300	Valid
	3	0,827	0,300	Valid
	4	0,790	0,300	Valid
	5	0,735	0,300	Valid

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabilitas adalah derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu. Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada

dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah Split Half Method (Spearman-Brown Correlation). Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Proses (X1)	0,785	0,700	Reliabel
Bukti Fisik (X2)	0,799	0,700	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,842	0,700	Reliabel

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan. Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

Tabel 3. Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100.00	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

Analisis Verifikatif

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) baik secara parsial dan simultan.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

X1, X2 = Variabel Proses, Variabel Bukti Fisik

β_0 = Konstanta
 β_1, β_2 = Koefisien masing-masing variabel

Analisis korelasi menurut Jonathan Sarwono (2006:37) digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variabel bebas dengan tergantung. Analisis korelasi juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi antara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi produk moment yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4. Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin (2003:157)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (K_d) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r^2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Proses dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah Uji t (Parsial) dan Uji F (Simultan). Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kemudian Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara Bersama-bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F-tabel dengan nilai F-hitung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat, dalam hal ini variabel Proses dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen. Persamaan linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$Y = 2,911 + 0,317X_1 + 0,430X_2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $\beta_0 = 2,911$ Artinya jika Proses dan Bukti Fisik bernilai nol maka Kepuasan Konsumen akan bernilai sebesar 2,911.
2. $\beta_1 = 0,317$ Artinya jika Proses meningkat sebesar satu dan Bukti Fisik bernilai nol, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,317.
3. $\beta_2 = 0,430$ Artinya jika Bukti Fisik meningkat sebesar satu dan Proses bernilai nol, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,430.

Tabel 5. Output Analisis Regresi Berganda & Uji Hipotesis Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,911	1,184		2,458	,016
Proses (X1)	,317	,092	,387	3,461	,001
Bukti Fisik (X2)	,430	,110	,438	3,915	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Analisis korelasi berfungsi untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS, maka diperoleh nilai r sebesar 0,785 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel independen (Proses dan Bukti Fisik) dengan Kepuasan Konsumen. Jadi diketahui bahwa kedua variabel bebas secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan Konsumen. Hubungan parsial antara Proses dengan Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0,743 termasuk dalam hubungan yang kuat, demikian juga hubungan parsial antara Bukti Fisik dengan Kepuasan Konsumen sebesar 0,752 termasuk dalam hubungan yang kuat.

Tabel 6. Output Analisis Korelasi & Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,617	,608	2,27607

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X2), Proses (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Koefisien determinasi menurut Andi Supangat (2008:350) yaitu Koefisien Determinasi adalah merupakan besaran untuk menunjukan tingkat kekuatan pengaruh dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukan seberapa besar persentase keragaman variabel Y yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel X).

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,617 atau 61,7%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Proses dan Bukti Fisik secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 61,7%. Sedangkan sisanya sebesar 38,3% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Artinya Variabel proses dan bukti fisik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Santika Bandung, sedangkan sisanya dapat di pengaruhi oleh variabel lain seperti harga, tempat, produk dan promosi.

Hasil memperlihatkan bahwa nilai t-hitung (3,461) variabel Proses berada pada daerah penolakan H_0 atau daerah signifikan, hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Proses terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diartikan Proses pada Hotel Santika Bandung berpengaruh kepada tingkat Kepuasan Konsumen karena apabila pihak Hotel Santika Bandung memberikan proses pelayanan yang cepat, memberikan ketepatan pelayanan yang sesuai dan memberikan kemudahan informasi maka konsumen merasa puas akan kinerja Hotel Santika Bandung. Penelitian dari Pua (2009) dalam penelitian Valdy R. Wowor (2013), menyimpulkan bahwa proses berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan penulis. Hasil penelitian penulis ini menegaskan bahwa proses berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil memperlihatkan bahwa nilai t-hitung (3,915) variabel Bukti Fisik berada pada daerah penolakan H_0 atau daerah signifikan, hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diartikan Bukti Fisik pada Hotel Santika Bandung mempengaruhi kepuasan konsumen, artinya bangunan yang layak, tampilan dalam yang layak dan fasilitas-fasilitas yang ada sangat lah menentukan kepuasan konsumen. Hasil penelitian Pua (2009) dalam penelitian Valdy R. Wowor (2013) menyimpulkan bahwa Tampilan Fisik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 7. Output Uji Hipotesis Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	751,129	2	375,565	72,496	,000 ^b
	Residual	466,245	90	5,181		
	Total	1217,375	92			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X2), Proses (X1)

Hasil memperlihatkan bahwa nilai F-hitung sebesar 72,496. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F-tabel (3,098). Karena F-hitung (72,496) > F-tabel (3,098), maka diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a . Dapat dilihat bahwa F-hitung sebesar 72,496 berada pada daerah penolakan H_0 , yang berarti bahwa Proses dan Bukti Fisik secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diartikan bahwa Proses dan Bukti Fisik sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Proses yang cepat, tepat dan Bukti Fisik yang layak untuk tamu hotel berpengaruh pada kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai Proses pada Hotel Santika Bandung adalah tergolong cukup baik. Pada survei akhir, konsumen menyatakan bahwa Hotel Santika Bandung melayani dengan proses cukup cepat, tepat dan mudah.
2. Tanggapan responden mengenai Bukti Fisik Hotel Santika Bandung adalah tergolong cukup baik. Pada survei akhir, konsumen menyatakan bahwa tampilan dan wujud lain Hotel Santika Bandung ini cukup baik dalam menarik perhatian konsumen Hotel Santika Bandung.
3. Tanggapan responden mengenai Kepuasan Konsumen Hotel Santika Bandung tergolong baik. Pada survei akhir, konsumen menyatakan bahwa mereka merasa puas karena proses yang cukup cepat, tepat dan mudah serta karena bukti fisik dari Hotel Santika Bandung yang tergolong cukup baik dari segi tampilan dan wujud lainnya.
4. Proses berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Santika Bandung.
5. Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Santika Bandung.
6. Proses dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Santika Bandung.

Berdasarkan penelitian dan simpulan di atas, peneliti akan mencoba memerikan saran bagi Hotel Santika Bandung sebagai bahan acuan dan pertimbangan maupun pihak lainnya yang berkepentingan. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pihak Hotel Santika Bandung dan manajemennya disarankan untuk meningkatkan Proses dalam melayani konsumennya. Karena beberapa indikator Proses itu adalah ketepatan dan kecepatan merupakan indikator yang lemah menurut jawaban responden sehingga peneliti menyarankan untuk meningkatkan ketepatan dan kecepatan dalam proses pelayanannya dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan guna memenuhi pelayanan terbaik kepada tamu hotel.
2. Pihak Hotel Santika Bandung dan manajemennya disarankan untuk meningkatkan Bukti Fisik. Karena seluruh indikator Bukti Fisik dianggap lemah oleh konsumen. Peneliti menyarankan agar pihak Hotel Santika Bandung memperbaiki gedung hotel agar terlihat modern dan pihak hotel mengganti seluruh interior yang dianggap sudah tidak muda lagi.
3. Pihak Hotel Santika Bandung dan manajemennya disarankan untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen. Dikarenakan indikator kualitas pelayanan dinilai konsumen lemah. peneliti menyarankan pihak hotel tidak hanya bergabung dalam agen online tetapi menambah kerja sama dengan agen-agen pariwisata yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono, Drs, M.Si. 2011 Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Jakarta: Alfabeta
- Agus Widarko dan Hairuddin, 2012. Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Nilai Pelanggan Pada Restoran Ikan Bakar Nia di Malang.
- Anza Boby Adi. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penumpang dalam Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Citylink. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA).
- Assauri, Sofjan. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azhari Muhamad Iqbal, Dahlan Fanani dan M. Kholid Mawardi. 2015. Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi, Malang). Malang: Universitas Brawijaya.
- Darayani Ernoputri, Zainul Arifin dan Dahlan Fanani, 2016. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengguna Produk LG di Malang Town Squer (Matos) Malang – Jawa Timur), Malang. Universitas Brawijaya.
- Daryanto. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media
- Elat Tisye Pingkan, Lotje Kawet, dan Altje Tumbel. 2014. Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Hello Tours and Travel Manado. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Fajri Detha Alfrian, Zainul Arifin dan Wilopo, 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang). Universitas Brawijaya. Malang.
- Gujarati. 2005. SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein, Umar. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi II. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Edisi Pertama. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Manoppo Ferninda. 2013. Kualitas Pelayanan, dan Servicecape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado. Manado. Universitas Sam Ratulangi.
- Mashuri. 2008. Metode Analisis Verifikatif dan Cara Menentukannya. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Mursid, M. 2006. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

-
- Sulastiyono, Agus.2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel.Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Alfabeta.
- Sulaksono Agung Joko, 2011. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Café Rocketz Solo. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.
- Wowor Valdy Ronald, 2013. Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. Manado. Universitas Sam Ratulangi.
- Ramadhan Imron. [Online] Tersedia: <https://indonesia.tripcanvas.co/id/bandung/tempat-wisata-kegiatan/>. Html: 20 Desember 2017.
- Ulfah. 2011. [Online] Tersedia: <https://ulffahfahh.wordpress.com/2011/11/22/perkembangan-3p-people-process-phsycal/>. Html: 16 September 2017.