

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan pemandu wisata *rafting* terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Hotel Royal Ambarrukmo dengan variabel bebas bukti langsung/ *tangible* (X1), keandalan/ *Reability* (X2), Jaminan/ *Assurance* (X3), Daya tanggap/ *Responsiveness* (X4), Empati/ *Empathy* (X5) serta variabel terikat Kepuasan Tamu Hotel (Y). Alat – alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kelayakan instrumen, uji analisis menggunakan Analisis regresi Linear berganda dan uji hipotesis F – test dan T - test dengan bantuan program SPSS versi 26. Sampel yang dipilih adalah sebanyak 30 Responden yang berkunjung ke Tamu Hotel Royal Ambarrukmo dan menggunakan jasa bartender.

Dari hasil penelitian yang sudah diteliti dan sesuai data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan variabel bebas dimensi kualitas pelayanan memiliki nilai positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu.

2. Hasil Uji F – test menunjukkan bahwa variabel bukti langsung/ *tangible* (X1), keandalan/ *Reability* (X2), Jaminan/ *Assurance* (X3), Daya tanggap/ *Responsiveness* (X4), Empati/ *Empathy* (X5) secara bersama – sama berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Tamu Hotel Royal Ambarukmo yang ditunjukkan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau $12,575 > 2,76$.
3. Hasil uji t - parsial, kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu Hotel yang berkunjung dan menggunakan jasa Bartender di Hotel Royal Ambarrukmo yang ditunjukkan dengan nilai t hitung ke -5 variabel lebih besar dari nilai t tabel.
4. Hasil Uji perbandingan koefisien regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Empati / *Empathy* (X5) berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Hotel Royal Ambarrukmo.
5. Hasil penelitian besarnya *adjusted R square* adalah sebesar 0,542 sehingga kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Tamu Hotel Royal Ambarrukmo sebesar 54,2%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan supaya *bartender* dapat berusaha maksimal menumbuhkan empati dalam memberikan pelayanan yang paling maksimal dalam memberikan kepuasan kepada tamu dari segi prosedur pelayanan, harga, kuantiti dan harapan yang tamu inginkan.
2. Diharapkan dengan adanya *guest comment card* maka management didalam *restaurant n bar* sendiri dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kinerja *bartender* itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Astina, I Nyoman Gede. 2011. *Pengetahuan bar dan minuman*. Nusa dua: Sekolah Tinggi Pariwisata
- Atmodjo, H. Marsum Widjojo. 2014. *Bar, Minuman dan Pelayanannya*. Yogyakarta: Andy
- Hardiyati. R. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*.
Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1 N0.1, hal 93- 110 Kismohadi. 2010. *Kualitas Pelayanan*. Yogyakarta: Andi
- Kotchevar, Lendal Hand Cichy, Ronald. F.2004. *Managing Beverage Service America: American Hotel and Lodging Association*
- Lumanauw, Farly. 2011. *Bar dan Minuman*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Wintara, I Gusti Nyoman. 2012. *Bartender dan Mixologi*. Bali. Manajemen Pariwisata Indonesia.

Shanty, Resma Adella. 2019. *Internalisasi Budaya Jawa Dalam Budaya Organisasi*

Hotel Royal Ambarukmo Yogyakarta. Yogyakarta. Dipetik 16 Desember 2019.

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/31708/6.%20bab%202.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

LAMPIRAN

YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 1667/Q.AMPTA/VIII/2020
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 18 Agustus 2020

Kepada Yth
Bapak Alfian Ilham Maulana
Bar Captain Hotel Royal Ambarrukmo
Jl. Laksda Adisucipto No. 31, Ambarrukmo,
Caturtunggal, Kec. Depok
Kabupaten Sleman
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Bar Department Hotel Royal Ambarrukmo, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta, selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 20 Agustus 2020 sampai dengan tanggal 20 September 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan:

Nama Mahasiswa : Oktavianus Joshua Bido Karo
No Mahasiswa : 316100892
Semester : VIII (Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul :
"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BARTENDER TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL ROYAL AMBARRUKMO".
Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua



Drs. Prihatno, M.M.

Tembusan:
- File

ANGKET

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur : Tahun
3. Jenis kelamin : Laki- Laki Perempuan
4. Tujuan menginap :
 - Bisnis
 - Liburan
 - Seminar
 - Tujuan Lain (...)
5. Pernah berkunjung sebelumnya :
 - Sudah pernah berkunjung
 - Belum Pernah Berkunjung
6. Cara Memesan Hotel :
 - Online
 - Datang langsung

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan

Bapak/Ibu/Saudara :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Kualitas Pelayanan (X)

Bukti Fisik (Tangible)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Hotel Royal Ambarukmo memiliki bar dengan desain yang cukup elegan dan menarik				
2	Hotel Royal Ambarukmo memiliki bar dengan fasilitas tamu yang sesuai				
3	Karyawan Hotel Royal Ambarukmo memakai seragam yang rapi dan menarik				

Keandalan (Reliability)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Bartender di hotel Royal Ambarukmo memberikan pelayanan yang maksimal				
2	Bartender di hotel Royal Ambarukmo berusaha maksimal menghibur tamu				
3	Bartender di hotel Royal Ambarukmo menyampaikan pelayanan yang maksimal dari sejak kedatangan tamu				

		Jaminan (Assurance)			
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Bartender di hotel Royal Ambarukmo mampu memberikan jaminan dan kepastiaan atas pelayanan yang diberikan kepada tamu				
2	Bartender di hotel Royal Ambarukmo dapat memberikan informasi dengan benar dan akurat terhadap penyajian minuman				
3	Bartender di hotel Royal Ambarukmo mampu menjamin cita rasa, keamanan, dan keutuhan dari penyajian minuman yang diberikan				

		Daya Tanggap (Responsibility)			
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Bartender di hotel Hotel Royal Ambarukmo memberikan layanan yang berbeda dari tempat lainnya				
2	Bartender di hotel Royal Ambarukmo memberikan pelayanan yang cepat				
3	Bartender di hotel Royal Ambarukmo dapat merespon pesanan dengan benar				

Empati (empathy)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Bartender di hotel Royal Ambarukmo menyapa tamu atau memberikan salam kepada tamu				
2	Bartender di hotel Royal Ambarukmo berperilaku serta bersikap sopan kepada tamu				
3	Bartender di hotel Royal Ambarukmo dapat memahami keinginan dan kebutuhan tamu yang berkunjung				

Kepuasan Tamu (Y)

Harga (Price)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ada				
2	Harga yang sebanding dengan kuantitas produk				
3	Harga yang lebih terjangkau dari lainnya				

Pelayanan (Service)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Kesesuaian pelayanan yang diberikan				
2	Mampu menyelesaikan semua keinginan dan pesan				
3	Tanggap dalam memberikan layanan				

Kualitas Produk (Product Quality)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Tampilan produk yang disajikan bermutu				
2	Improviasi produk dan memiliki variasi				
3	Mampu memenuhi kebutuhan konsumen masa kini				

Faktor Emosional Tamu (Emotional Factor)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Mendapatkan kepuasan yang lebih dari tempat lainnya				
2	Menarik dalam memberikan minat tamu untuk berkunjung				
3	Faktor keinginan merasakan yang lebih dapat terpenuhi				

Kemudahan (Efficiency)					
NO	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Kemudahan dalam pemesanan				
2	Tampilan menu produk mudah dipahami				
3	Mendapatkan harga yang sesuai				

31	3	3	4
32	3	4	4
33	3	3	3
34	4	4	4
35	3	3	3
36	3	3	4
37	4	4	4
38	3	4	3
39	3	4	4
40	3	3	3
41	3	3	3
42	3	3	3
43	3	3	3
44	3	3	3
45	3	3	3
46	3	3	3
47	3	3	3
48	3	3	3
49	3	3	3
50	4	3	4

3	2	3
4	3	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	3	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	2
2	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	4	4
3	3	3
2	2	3

2	2	3
4	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
4	4	4
4	3	3
4	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	2	3
3	3	3
3	3	3
3	4	2
3	3	3
4	3	4
3	3	3
3	2	4

3	3	3
2	4	4
3	3	3
2	4	4
3	3	3
4	4	4
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	2
3	3	3
3	3	3
3	3	2
3	3	3
4	4	4
3	4	2
4	3	4

Tanggung Jawab Tanggap (Responsibility)		
1	2	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	4	3
3	3	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
3	4	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
4	4	4
4	4	4
3	4	4

Harga (Price)		
1	2	3
2	3	3
2	3	3
2	4	3
3	3	3
3	3	3
2	3	1
3	3	3
2	3	3
2	3	3
3	4	4
3	3	3
2	3	4
4	4	3
2	2	3
3	3	3
3	2	2
1	3	3
3	3	3
2	4	4
3	4	3
2	3	3
2	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	4
2	3	3
3	3	3
3	3	4
3	4	4
2	3	3

Pelayanan (Service)		
1	2	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
1	1	1
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	3	3
3	3	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
4	3	3
3	3	3
3	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3

Kualitas Produk (Product Quality)		
1	2	3
3	4	3
3	2	2
3	3	3
3	3	3
3	2	3
2	1	3
3	3	3
3	3	3
3	2	3
4	3	3
3	3	3
3	2	3
4	3	4
3	3	2
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	4
4	4	4
4	3	4
3	4	4
4	3	2
3	3	3
3	3	3
3	4	3
3	2	3
3	3	3
3	4	3
4	3	3
3	3	3

3	3	3
3	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	3
4	4	4
3	4	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	4	3

2	3	3
2	3	2
3	3	3
2	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	4	3
3	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
2	3	3
2	3	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
3	4	4
2	3	3
4	3	4

3	3	2
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	4
4	4	4
4	4	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	4	3

2	2	2
2	4	4
3	3	3
4	2	4
3	3	3
3	3	3
3	2	3
4	4	4
3	3	3
2	2	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
2	2	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	3	3
3	3	3
3	3	3

Faktor Emotional (Emotional Factor)		
1	2	3
3	4	3
3	3	3
4	4	3
3	3	3
3	3	3
2	3	1
3	3	3
3	3	2
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	4
2	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	4	4
3	3	3
3	3	3
4	3	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
2	2	3

Kemudahan		
1	2	3
3	4	3
3	3	3
3	3	4
3	3	3
3	3	3
1	2	2
3	3	3
2	3	3
4	4	3
4	3	4
3	3	3
4	3	4
4	3	3
2	2	2
3	3	3
3	3	3
3	2	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	3	3
3	4	3
3	3	3
3	3	3
4	3	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
2	3	3

3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
4	3	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	2	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3

4	3	2
3	3	3
4	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	3	4
4	3	4
3	2	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	2	3
2	3	3
3	3	3
4	3	4
3	3	3
3	2	3

HASIL OLAH DATA SPSS VERSI 26
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BARTENDER
TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL ROYAL AMBARUKMO

Hasil uji validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Bukti Fisik / Tangible (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.659**	.213	.767**
	Sig. (2-tailed)		.008	.446	.001
	N	15	15	15	15
X1.2	Pearson Correlation	.659**	1	.533*	.906**
	Sig. (2-tailed)	.008		.041	.000
	N	15	15	15	15
X1.3	Pearson Correlation	.213	.533*	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.446	.041		.002
	N	15	15	15	15
Bukti Fisik / Tangible (X1)	Pearson Correlation	.767**	.906**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	
	N	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Keandalan / Reliability (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.272	.431	.726**
	Sig. (2-tailed)		.326	.109	.002
	N	15	15	15	15
X2.2	Pearson Correlation	.272	1	.829**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.326		.000	.000
	N	15	15	15	15
X2.3	Pearson Correlation	.431	.829**	1	.906**
	Sig. (2-tailed)	.109	.000		.000
	N	15	15	15	15
Keandalan / Reliability (X2)	Pearson Correlation	.726**	.828**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	
	N	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Jaminan / Assurance (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.601*	.639*	.896**
	Sig. (2-tailed)		.018	.010	.000
	N	15	15	15	15
X3.2	Pearson Correlation	.601*	1	.492	.840**
	Sig. (2-tailed)	.018		.062	.000
	N	15	15	15	15
X3.3	Pearson Correlation	.639*	.492	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.010	.062		.000
	N	15	15	15	15
Jaminan / Assurance (X3)	Pearson Correlation	.896**	.840**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	15	15	15	15

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Ketanggapan / Responsiveness (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.583 [*]	.784 ^{**}	.879 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.022	.001	.000
	N	15	15	15	15
X4.2	Pearson Correlation	.583 [*]	1	.784 ^{**}	.879 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.022		.001	.000
	N	15	15	15	15
X4.3	Pearson Correlation	.784 ^{**}	.784 ^{**}	1	.945 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000
	N	15	15	15	15
Ketanggapan / Responsiveness (X4)	Pearson Correlation	.879 ^{**}	.879 ^{**}	.945 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	15	15	15	15

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Empati / Empathy (X5)
X5.1	Pearson Correlation	1	.555 [*]	.411	.781 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.032	.128	.001
	N	15	15	15	15
X5.2	Pearson Correlation	.555 [*]	1	.638 [*]	.844 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.032		.010	.000
	N	15	15	15	15
X5.3	Pearson Correlation	.411	.638 [*]	1	.858 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.128	.010		.000
	N	15	15	15	15
Empati / Empathy (X5)	Pearson Correlation	.781 ^{**}	.844 ^{**}	.858 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
	N	15	15	15	15

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Harga / Price (Y1)
Y1.1	Pearson Correlation	1	.688**	.327	.847**
	Sig. (2-tailed)		.005	.234	.000
	N	15	15	15	15
Y1.2	Pearson Correlation	.688**	1	.326	.818**
	Sig. (2-tailed)	.005		.236	.000
	N	15	15	15	15
Y1.3	Pearson Correlation	.327	.326	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.234	.236		.003
	N	15	15	15	15
Harga / Price (Y1)	Pearson Correlation	.847**	.818**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	
	N	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Pelayanan/Servi ce (Y2)
Y2.1	Pearson Correlation	1	.919**	.919**	.966**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	15	15	15	15
Y2.2	Pearson Correlation	.919**	1	1.000**	.990**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	15	15	15	15
Y2.3	Pearson Correlation	.919**	1.000**	1	.990**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	15	15	15	15
Pelayanan/Service (Y2)	Pearson Correlation	.966**	.990**	.990**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y3.1	Y3.2	Y3.3	Kualitas Produk/Quality Product (Y3)
Y3.1	Pearson Correlation	1	.440	.680**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.100	.005	.000
	N	15	15	15	15
Y3.2	Pearson Correlation	.440	1	.332	.773**
	Sig. (2-tailed)	.100		.227	.001
	N	15	15	15	15
Y3.3	Pearson Correlation	.680**	.332	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.005	.227		.001
	N	15	15	15	15
Kualitas Produk/Quality Product (Y3)	Pearson Correlation	.854**	.773**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	
	N	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y4.1	Y4.2	Y4.3	Faktor Emosional (Y4)
Y4.1	Pearson Correlation	1	.719**	.637*	.910**
	Sig. (2-tailed)		.003	.011	.000
	N	15	15	15	15
Y4.2	Pearson Correlation	.719**	1	.413	.775**
	Sig. (2-tailed)	.003		.126	.001
	N	15	15	15	15
Y4.3	Pearson Correlation	.637*	.413	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.011	.126		.000
	N	15	15	15	15
Faktor Emosional (Y4)	Pearson Correlation	.910**	.775**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	
	N	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y5.1	Y5.2	Y5.3	Kemudahan (Y5)
Y5.1	Pearson Correlation	1	.632*	.712**	.939**
	Sig. (2-tailed)		.011	.003	.000
	N	15	15	15	15
Y5.2	Pearson Correlation	.632*	1	.450	.782**
	Sig. (2-tailed)	.011		.092	.001
	N	15	15	15	15
Y5.3	Pearson Correlation	.712**	.450	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.003	.092		.000
	N	15	15	15	15
Kemudahan (Y5)	Pearson Correlation	.939**	.782**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	
	N	15	15	15	15

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Bukti Langsung /Tangible (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.722	3

keandalan /reliability (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.744	3

Jaminan /Assurance (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.794	3

Daya Tanggap /Responsiveness (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.877	3

Empati /Empathy (X5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.740	3

Harga /Price (Y1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.694	3

Pelayanan/ Services (Y2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.980	3

Kualitas Produk / Product Quality (Y3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.717	3

Faktor Emosional / Emotional (Y4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.786	3

Kemudahan /efficiency (Y5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	3

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA DAN UJI HIPOTESIS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empati / Empathy (X5), Bukti Fisik / Tangible (X1), Keandalan / Reliability (X2), Jaminan / Assurance (X3), Ketanggapan / Responsiveness (X4) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.542	3.459

a. Predictors: (Constant), Empati / Empathy (X5), Bukti Fisik / Tangible (X1), Keandalan / Reliability (X2), Jaminan / Assurance (X3), Ketanggapan / Responsiveness (X4)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	752.339	5	150.468	12.575	.000 ^b
	Residual	526.481	44	11.965		
	Total	1278.820	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

b. Predictors: (Constant), Empati / Empathy (X5), Bukti Fisik / Tangible (X1), Keandalan / Reliability (X2), Jaminan / Assurance (X3), Ketanggapan / Responsiveness (X4)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.299	6.203		.209	.835
	Bukti Fisik / Tangible (X1)	.673	.311	.211	2.160	.036
	Keandalan / Reliability (X2)	1.321	.537	.336	2.462	.018
	Jaminan / Assurance (X3)	1.796	.619	.377	2.900	.006
	Ketanggapan / Responsiveness (X4)	1.087	.518	.287	2.100	.042
	Empati / Empathy (X5)	2.098	.513	.450	4.094	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu (Y)

Statistik deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
				Statistic	Std. Error	
Bukti Fisik / Tangible (X1)	50	5	12	10.36	.226	1.601
Keandalan / Reliability (X2)	50	7	12	9.50	.184	1.298
Jaminan / Assurance (X3)	50	7	12	9.30	.152	1.074
Ketanggapan / Responsiveness (X4)	50	7	12	9.32	.190	1.347
Empati / Empathy (X5)	50	7	12	9.32	.155	1.096

Harga / Price (Y1)	50	6	12	9.04	.187	1.324
Pelayanan/Service (Y2)	50	3	12	9.48	.205	1.446
Kualitas Produk/Quality Product (Y3)	50	6	12	9.18	.199	1.410
Faktor Emosional (Y4)	50	5	12	9.90	.207	1.460
Kemudahan (Y5)	50	5	12	9.34	.180	1.272
Valid N (listwise)	50					



JAPAN Hospitality Training Program

修了証

OKTAVIANUS JOSHUA BIDO KARO 殿

1998年10月11日生

貴殿は、本会における日本おもてなし研修プログラムを、下記の通り所定の課程を修められました
よってここに修了を証します

研修施設名: ホテル まほろば

研修期間: 2019年4月17日～2019年10月15日

研修業務: ホテルサービス業務 令和元年 10月 15日

一般社団法人ジェイアイシー・ジャパン

理事長 酒井 尚志

北海道
登別温泉

ホテル
まほろば





NAMA PEMBIMBING I : DRS. SANTOSA, M.M

NAMA PEMBIMBING II : HERMAWAN PRASETYO, S.T, S.Sos, M.H

NAMA MAHASISWA : OKTAVIA NUS JOSHUA BIDS KARO
 NO. MAHASISWA : 316100692

JUDUL PENELITIAN : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BARTENDER TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL REYAL AMBARUMENE

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		1) Berdiskusi 3 kali	ht		06/10/2020	Menyusun kerangka	ht
		2) Laporan HT,				hal IV d. A	ht
		172 3.1000001			09/11/2020	Misik, berdiskusi	ht
		ketus				laporan analisis	ht
		2) Pembahasan				separasi	ht
		Ban Lampung			16/11/2020	layak DPr & bagun	ht
		Bimbingan di kelas 2					ht
		untuk perbaikan					ht
		paper practice	ht				ht
		2010 ke atas	ht				ht
		Cover dip	ht				ht
		2. Revisi	ht				ht
		Revisi	ht				ht

