INFLUENCE OF FACILITY QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION TO VISIT BACK IN HUMBANG HASUNDUTAN REGENCY (STUDY IN SEVERAL STAR HOTELS IN BAKTI RAJA DISTRICT)

Edy Erianto[1]

[1] Politeknik Pariwisata Medan
***Correspondence :*Edy Erianto, Politeknik Pariwisata Medan**
Email* : *edyerianto@gmail.com
DOI: https://doi.org/10.36983/japm.v8i1.59

Abstract

This research is motivated by a problem that occurs that guests often complain because they are not satisfied with the quality of facilities and services provided by the hotel. With the existing problems, the study was conducted to analyze the occurrence of these errors by looking at the effect of the quality of the facility on customer satisfaction. This research uses quantitative research which is classified as descriptive research. The research data were collected from 34 respondents, the respondents' answers were then processed using the Statical Product and service solutions (SPSS) program, by conducting validity tests, reliability tests, descriptive statistical tests, hypothesis tests, partial tests, and determination. The analysis shows that the quality of the facility has a significant effect on customer satisfaction. The quality of the facility affects customer satisfaction by 58.3%. Based on the results of these studies it is suggested to the parties concerned to be able to improve the quality of the facilities owned.

Keywords: quality, satisfaction, revisit

PENGARUH KUALITAS FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI DI KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN (STUDI DI BEBERAPA HOTEL BERBINTANG DI KECAMATAN BAKTI RAJA)

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah yang terjadi yaitu tamu kerap kali komplen karena merasa tidak puas dengan kualitas fasilitas maupun pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Dengan masalah yang ada maka penelitian dilakukan untuk menganalisis terjadinya kesalahan tersebut dengan melihat dari pengaruh kualitas fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini digunakan penelitian kuantitatif yang tergolong ke dalam penelitian deskriptif. Data penelitian dikumpulkan dari 34 orang responden, jawaban responden tersebut kemudian diolah dengan menggunakan program *Statical Product and service solutions (SPSS)*, dengan melakukan uji validitas, uji realibilitas, uji statistic deskriptif, uji hipotesis, uji parsial, dan determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan sebanyak 58,3 %. Berdasarkan hasil penelitian tersebut disarankan kepada pihak yang bersangkutan agar dapat meningkatkan kualitas fasilitas yang dimiliki.

Kata kunci : kualitas, kepuasan, berkunjung kembali

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Dalam menunjang pemba ngunan negara, pariwisata sangat berperan penting dalam meningkatkan devisa negara. Salah satunya adalah industri perhotelan karena hotel merupakan jenis usaha penjualan jasa atau pelayanan.

Dalam Surat Keputusan Menparpos tel No.KM 37/PW.340/ MPPT-2010, tentang peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel. Bab I, pasal I,Ayat (b) dalam SK tersebut menyebutkan bahwa hotel adalah penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar-kamar didalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan /atau fasilitas lainnya. Di Indonesia perkembangan industri hotel sangat meningkat, hal ini dikarenakan negara Indonesia mulai berkembang, ditandai dengan semakin banyaknya kunjungan wisatawan ke Indonesia baik itu dalam urusan bisnis, studi banding yang dilakukan oleh instansi perkantoran pemerintahan maupun *tourist* yang memang melakukan perjalanan wisata ke Indonesia. Ini tentunya menjadi suatu dorongan terhadap para pelaku industri hotel untuk menyediakan fasilitas akomodasi bagi mereka yang berkunjung ke Indonesia. Perkembangan hotel di Indonesia sangatlah pesat, sehingga semakin ketatnya persaingan di industri

Salah satu perkembangan yang semakin ketat adalah perkembangan bisnis hotel. Termasuk di kota Sumatera Utara Persaingan bisnis hotel saat ini semakin ketat, terbukti belakangan ini terus bermunculan hotel-hotel baru. Seperti perkembangan bisnis hotel yang terus mengalami perkembangan pesat.

Dolok sanggul merupakan kawasan terpilih sebagai lokasi perancangan karena satu daerah yang terbilang memiliki aktifitas bisnis di sekitar kotanya. Doloksanggul sebagai Ibukota Kabupaten Humbang Hasundutan sekaligus sebagai pusat pertumbuhan ekonomi hingga saat ini belum memiliki prasarana penginapan yang dikatakan memadai sebagai penginapan yang layak (hotel) karena fasilitas dan pelayanannya sangat tidak bagus. Dari data resmi pemerintah Kabupaten Humbang Hasun dutan, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Humbang Hasundutan, memiliki angka pertumbuhan yang membaik setiap tahunnya. grafik pertumbuhan ekonomi Kabupaten Humbang Hasundutan (sumber : situs resmi humbang hasun dutan) Pertum buhan ekonomi Humbang Hasundutan berdasarkan perhitungan yang dilakukan maka yang memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten Humbang Hasun dutan adalah sector pertanian di Kabupaten Humbang hasundutan, sektor bangunan, pengang kutan dan komunikasi, persewaan, sektor perda gangan hotel dan restoran. Sebagai salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi yang membaik di daerah Kabupaten Humbang Hasundutan, industri perhotelan di daerah Dolok Sanggul seharusnya semakin membaik, namun setelah dilakukan analisa dan survei secara langsung untuk memperhatikan keberadaan dan penga daan fasilitas perhotelan di Dolok sanggul, hotel tersedia di daerah Dolok sanggul, adalah hotel dengan kelas melati, jasa perhotelan yang tersedia saat ini adalah sekitar 8 jasa penginapan.

Kepemimpinan ada dalam komponen manusia, baik pendidik dan tenaga kependidikan, juga dalam pembelajar, karena kepemimpinan berhubungan dengan banyak orang. Lembaga pendidikan atau sekolah menghasilkan keluaran pendidikan. Hasil pendidikan ini dapat berisi dua definisi output dan outcome.(Ritonga, 2018).

Ekspektasi merupakan segala sesuatu yang diyakini konsumen tentang apa yang akan didapatkannya terkait dengan suatu

kinerja produk atau pelayanan tertentu. (Philip Kotler: 2000). Apabila kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, dan apabila kinerja sesuai harapan konsumen merasa puas, karena pelanggan merupakan seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri (Greenberg: 2010).

Pemahaman mengenai tanggapan dan perilaku konsumen terhadap produk terutama jasa, menjadi hal yang penting dalam menjamin kesuksesan jangka panjang dari program pemasaran, mendesain, menjalankan, dan menge valuasi tujuan dalam pelayanan konsumen yaitu efesiensi operasional dan kepuasan konsumen.

Berikut adalah *lay out* letak fasilitas dan kapasitas maksimum yang dapat dibuat di salah satu hotel berbintang di Kabupaten Humbang Hasundutan :

Tabel 1.1
Lay Out* posisi tempat Fasilitas *t

Room	*U – Shape*	*Class Room*	*Table Room*
Ampitheater 1st Floor	-	-	85
Ampitheater 2nd Floor	10	22	35

Sumber: Data di olah, 2018

Dari penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa kapasitas yang dimiliki masih kurang memadai karena kapasitasnya yang masih minim.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas

Pengertian Kualitas ialah sesuatu yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat atau dikatakan sesuai dengan tujuan.

Istilah kualitas memang tidak terlepas dari manajemen kualitas yang mem pelajari setiap era dari manajemen operasi dari perencanaan lini produk dan fasilitas, sampai penjadwalan dan memonitor hasil. Kualitas merupakan bagian dari semua fungsi usaha yang lain (pemasaran, sumber daya manusia, keuangan dan lain-lain).

Dalam kenyataannya, penyelidikan kualitas adalah suatu penyebab umum yang alamiah untuk mempersatukan fungsi-fungsi usaha.Selain itu, kualitas memerlukan suatu proses perbaikan yang terus menerus, yang dapat diukur, baik secara individual, organisasi, korporasi dan tujuan kinerja nasional.

Konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas proses meliputi kualitas segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan proses penyediaan jasa atau pelayanan bagi perusahaan jasa. Kualitas harus dibangun sejak awal, dari penerimaan input hingga perusahaan menghasilkan output bagi pelanggannya. Setiap tahapan dalam proses produksi maupun proses penyediaan jasa atau pelayanan juga harus berorientasi pada kualitas tersebut. Hal ini disebabkan setiap tahapan proses mempunyai pelanggan. Hal ini berarti bahwa pelanggan suatu proses adalah proses selanjutnya dan pemasok suatu proses merupakan proses sebelumnya.

Pengertian Fasilitas

Berdasarkan beberapa defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan, ditempati serta dinikmati oleh tamu yang menginap ataupun yang tidak menginap selama berada didalam hotel, sehingga tamu yang datang kehotel tersebut merasa nyaman. Sedangkan fasilitas hotel adalah merupakan suatu hal yang bisa menarik perhatian *travelers* untuk menginap. Berdasarkan beberapa defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan untuk dipakai atau

dipergunakan, ditempati serta dinikmati oleh tamu yang menginap maupun yang tidak menginap selama berada didalam hotel, sehingga tamu yang datang dihotel tersebut merasa nyaman.

Pengartian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Dari defenisi menurut para ahli diatas, dapat peneliti simpulkan defenisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas.

Banyak sebab-sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu baik itu produk maupun jasa.

Manfaat kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan dan bagi konsumen itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan pelanggan menueut Tjiptono (2002) antara lain:

a. Hubungan perusahaan dan konsumen menjadi harmonis
b. Memberikan dasar yang lebih baik untuk pembelian ulang
c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(word of mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan.
e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata konsumen.
f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Apa yang diharapkan dan diinginkan konsumen, merupakan faktor utama yang dapat dipertimbangkan oleh manajemen perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan pemasaran yang akan dijalankan oleh perusahaan. Harapan konsumen dibentuk dan didasarkan oleh beberapa factor, diantaranya pengalaman menggunakan produk atau jasa dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji perusahaan dan para pesaing (Kotler, 2001).

Faktor-Faktor yang mem pengaruhi Kepuasan Pelanggan, kepu asan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipe ngaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pela yanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang menca kup kebutuhan.

METODOLOGI

Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi populasi perusahaan saat ini dibandingkan dengan peaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

Dimensi kepuasan pelanggan, yaitu memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen – komponennya. Umumnya proses ini terdiri dari 4 langkah, yaitu:

1) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan
2) Meminta pelanggan menilai produk berdasarkan item-item spesifik, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan
3) Meminta pelanggan menilai produk pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
4) Meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

Dari uraian diatas maka indicator kepuasan konsumen yang dipakai dalam penelitian inimenggunakan kepuasan pelanggan keseluruhan, minat menginap kembali dan kesediaan untuk merekomendasi Tjiptono (2002).

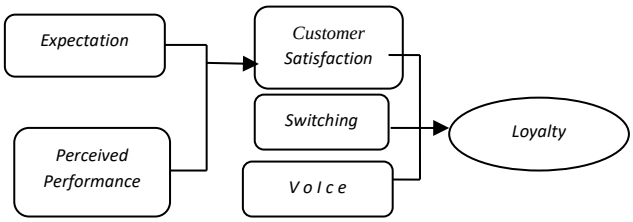
Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton (1988) diperoleh rumusan sebagai berikut.

Kepuasan Pelanggan =
f *(expectations, perceived performance)*

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectation*s dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectation*, maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tse dan Wilson juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat dari pada *expectations* di dalam menentukan kepuasan pelanggan. Karena kepuasan akan menimbulkan loyalitas pelanggan, maka loyalitas sebagai variabel *endogenous* disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan, rintangan pengalihan *(switching barrier)* pemasok, dan keluhan. Jadi dapat dirumuskan bahwa:

Loyalitas (Berkunjung Kembali) = f *(cutomer satisfaction, switching barriers, voice)*

Gambar 1.1
Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan



Sumber: Fandy Tjiptono dalam buku strategi pemasaran (2008)

Indeks kepuasan pelanggan dapat dihitung dalam beberapa cara, Cronin and taylor (1994) berikut indeks kepuasan pelanggan yang tergolong sederhana antara lain:

$$IKP = PP$$

$$IKP = IM$$

$$IKP = \frac{PP}{EX}$$

Keterangan :
IPK = Indeks Kepuasan Pelanggan
PP = *Perceived Performance*
IM = *Importance*
EX = *Expectations*

Berkunjung Kembali

Minat beli kembali di definisikan sebagai purchase intention yaitu keinginan yang kuat untuk membeli kembali (Fullerton dan Taylor dalam Basiya dan Rozak, 2012). Menurut Miller, Glawter, dan Primban dalam Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan purchase intention adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai anteseden langsung dari perilaku. Penerapannya dalam riset terhadap definisi purchase intention adalah pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali di

waktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku paska pembelian dalam jangka waktu tertentu. Purchases intention dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai behavior attention to visit. Pengembangan konseptualisasi model hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai layanan, dan kepuasan serta pengaruh relatifnya terhadap perilaku minat beli (Basiya dan Rozak, 2012).

Metode dan Teknik Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif. Menurut Sugyono (2012) penelitian deskriftif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Menurut Sugiyono, (2012), bahwa pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan dan penggunaan instrument penelitian, analisis data persifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono 2005) dalam penelitian ini populasi yang yang digunakan adalah pengunjung yang ada di hotel berbintang di Kabupaten Humba Hasundutan. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menginap sehingga dapat melakukan pengisian terhadap angket yang diberikan. Disamping itu usia responden antara 17-50 tahun.

Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2006).

Untuk menentukan besarnya sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan rumus yang digunakan adalah Sitepu (2012) yang ditempuh melalui beberapa tahap perhitungan. Langkah pertama menentukan perkiraan jumlah koefisien korelasi (ρ) terkecil antar varabel bebas dan variable terikat. Langkah kedua menentukan taraf nyata (α) dan (β) serta kuasa uji (1-β), setelah itu baru menentukan sampel secara iterasi.

Teknik pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah:

1. Angket (Kuesioner)

Pemilihan teknik angket dalam penelitian ini agar memperoleh data yang akurat secara langsung dari orang-orang yang akan dimintai data. Angket dalam penelitian ini terdiri dari butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dan berskala yaitu angket yang sudah disediakan pernyataan sehingga respon den hanya tinggal mengisi jawaban dengan member tanda *check list* pada kolom alternatif jawaban tersedia, dan skor tiap alternative jawaban dalam angket.

2. Observasi (Pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusundari berbagai prosesbiologi dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan

prilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Pengolahan Data

Dalam penelitian, penomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable variable penelitian. Lebih lanjut dikatakan bahwa untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, contohnya sebagai berikut :

Tabel 3.1 Pedoman Dalam Memberikan Nilai Skala *Likert*

Skor	Penilaian
1	Sangat tidak setuju/ tidak pernah/ sangat tidak puas
2	Tidak setuju/ hamper tidak pernah/ tidak puas
3	Ragu-ragu/ kadang-kadang/ tidak puas
4	Setuju/ sering/ puas
5	Sangat setuju/ selalu/ sangat puas

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi (2006)

Operasional Variabel

Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentuyang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variable yang sudah di defenisikan sebagai konsep, peneliti harus memasukkan proses atau operasio nalnya atau alat ukur yang digunakan untuk kualifikasi gejala atau variable yang ditelitinya.

Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh sumber terkumpul menggunakan statistik.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam Sugiyono (2012), dinyatakan bahwa Regresi Sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$Y = \alpha + bx$

Keterangan :

Y : Variabel dependen

α : Konstanta

b : Koefisien regresi

X: Variabel independen

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu instrument yang mampu menunjukan dan memberikan ukuran terhadap item pertanyaan yang ingin diukur. Suatu alat ukur validitas tidak hanya mengungkap kan data dengan tepat tetapi juga harus mampu memberi gambaran yang tepat mengenai data tersebut dengan kata lain pengukuran yang dihasilkan dari alat uku validitas harus mampu memberikan gambaran mengenai perbedaan secara detail diantara subjek yang satu dengan subjek yang lain.Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relative sama atau tidak berbeda (*relative konsisten*), bila dilakukan pengulangan pengukuran terhadap obyek yang sama.

3. Hipotesis

Hipotesis juga dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara maksudnya jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori, belum didasarkan pada bukti-bukti empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh kualitas fasilitas terhadap kepuasan pelanggan untuk mengetahui apakah kualitas fasilitas

hotel sebagai variabel X seperti peralatan, perlengkapan, dan kapasitas memiliki pengaruh terhadap pembelian sebagai variabel Y yang berupa kepuasan pelanggan untuk berkunjung kembali. Peneliti akan melakukan pembahasan terhadap setiap identifikasi masalah yang sebelumnya telah dicantumkan melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan melalui regresi linier sederhana.

Analisis Data

Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu instrumen yang digunakan valid atau tidak.Uji ini membantu untuk mengetahui keakuratan sebuah instrumen yang digunakan dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada 34 orang responden yaitu tamu atau konsumen dapur. Uji validitas ini digunakan untuk membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel}, dan untuk *degree freedom* (df) = N-2. Seperti yang telahdiketahui bahwa responden yaitu berjumlah 34 orang, maka df = 34-2 = 32. Untuk df = 32 diketahui r_{tabel} senilai 0,576 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%.

a. Kualitas Fasilitas hotel berbintang

Dari hasil pengujian validitas terhadap pernyataan para responden dalam kuesioner mengenai kualitas fasilitas menghasilkan pernyataan yang valid. Hal tersebut ditentukan oleh perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel}, dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1 Hasil uji validitas instrumen kualitas

Pernyataan	***Corrected item total Correlation* (r_{hitung})**	**r_{table}**	**Keterangan**
Pernyataan 1	0,837	0,333	Valid
Pernyataan 2	0,577	0,333	Valid
Pernyataan 3	0,837	0,333	Valid
Pernyataan 4	0,837	0,333	Valid
Pernyataan 5	0,577	0,333	Valid
Pernyataan 6	0,577	0,333	Valid
Pernyataan 7	0,837	0,333	Valid
Pernyataan 8	0,577	0,333	Valid
Pernyataan 9	0,837	0,333	Valid

Sumber : Data di olah, 2018

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} pernyataan 1-9 lebih besar dari nilai r_{tabel} sehingga dapat diambil keputusan semua pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan.

Kepuasan Pelanggan (Berkunjung Kembali)

Sama halnya dengan variabel kualitas *fasilitas*, terhadap instrumen variabel kepuasan pelanggan juga dilakukan uji validitas dan menghasilkan pernyataan yang valid dan pernyataan yang tidak valid, dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Hasil uji validitas instrumen kepuasan pelanggan

Pernyataan	*Corrected item total Correlation* (r_{hitung})	r_{table}	Keterangan
Pernyataan 1	0,548	0,333	Valid
Pernyataan 2	0,762	0,333	Valid
Pernyataan 3	0,649	0,333	Valid
Pernyataan 4	0,750	0,333	Valid
Pernyataan 5	0,762	0,333	Valid
Pernyataan 6	0,548	0,333	Valid
Pernyataan 7	0,762	0,333	Valid

Sumber : Data di olah, 2018

Dari tabel 4.2 tersebut dapat dilihat bahwa terdapat dua pernyataan yang tidak valid yaitu pernyataan yang ke 3 dan 4 karena r_{hitung} nya lebih kecil dari r_{tabel}. Oleh sebab itu, maka pernyataan yang ke 3 dan 4 akan dikeluarkan dan tidak digunakan lagi karna bernilai negatif (-). Setelah pernyataan yang tidak valid dikeluarkan tersisalah pernyataan yang valid, dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3 Statistik reliabilitas variabel Kualitas fasilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	10

Sumber : Data di olah, 2018

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur sebuah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari variabel.Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Reliabilitas pada umumnya diukur dengan melihat berapa besar nilai *Alfa Cronbach.*Suatu variabel dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai *cronbach alpha* > 0.60, berikut hasil uji validitas terhadap variabel X dan variabel Y.

Tabel 4.4 Statistik reliabilitas variabel kepuasan pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	8

Sumber : Data di olah, 2018

Setelah dilakukan uji reliabilitas terhadap variabel kualitas fasilitas dan variabel kepuasan pelanggan, selanjutnya membandingkan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel dengan $r_{standard}$ untuk menentukan apakah masing-masing variabel tersebut reliable atau tidak. Hasilnya dapat dilihat dalam tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5 Reliabilitas variabel

Variabel	*Cronbach's Alpha*	r_{table}	Keterangan
Kualitas Fasilitas	0,775	0,60	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,710	0,60	Reliable

Sumber : Data di olah, 2018

Dari tabel 4.5 tersebut dapat dilihat bahwa untuk variabel kualitas fasilitas dan variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60 sehingga kedua variabel tersebut dapat dikatakan reliable. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pada kuesioner terbilang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Dalam uji statistik deskriptif ini akan dibahas mengenai nilai rata-rata dari setiap pernyataan dalam kuesioner untuk mengetahui mengenai kualitas fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menentukan nilai rata-rata yaitu dengan menggunakan rumus berikut : (nilai tertinggi – nilai terendah) : 5 Dimana nilai tertinggi = 5, dan nilai terendah = 1. Jadi, (5-1) : 5 = 0,8.

Maka dapat diketahui bahwa intervalnya adalah 0,8, hal ini dapat mempermudah penulis untuk mengetahui nilai rata-rata setiap pernyataan yang akan diolah dengan statistik deskriptif. Range penilaian tersebut dapat dilihat dalam tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6 Range penilaian rata-rata

No	Range	Skor
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
2	1,81 – 2,60	Tidak Setuju
3	2,61 – 3,40	Ragu-ragu
4	3,41 – 4,20	Setuju
5	4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber : Data di olah, 2018

Analisis Deskriptif Tentang Kualitas

Untuk dapat menganalisis kualitas secara deskriptif maka terlebih dahulu dilakukan uji statistik deskriptif terhadap kuesioner yang sebelumnya telah diuji validitasnya. Dari 9 butir pernyataan tersisa 9 butir pernyataan semuanya valid dan akan diuji dengan statistik deskriptif. Hasil dari uji statistik deskriptif terhadap kuesioner tersebut dapat dilihat dalam tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7 Uji statistik deskriptif tentang kualitas fasilitas

	N	Min	Max	Sum	Mean
Suhu udara terasa tetap dingin walaupun tanpa pendingin ruangan (AC)	34	3	5	132	3.33
Perlengkapan sangat bagus	34	3	5	132	3.58
Letak fasilitas sangat strategis dengan pemandangan yang sangat memukau	34	3	5	132	3.67
Fasilitas belum sesuai dengan standar bintang lima	34	3	5	132	3.42
Lay out yang di buat sesuai dengan yang diinginkan	34	3	5	132	3.67
Ketika menjual paket *salesman* memberikan penjelasan dengan jelas	34	3	5	132	3.58
Ketika bertemu klien *salesman* memberi salam	34	3	5	132	3.58
Kapasitas yang dimiliki sangat besar	34	3	5	132	3.17
Peralatan yang disediakan sangat membantu	34	3	5	132	3.58
Valid N (listwise)	34				

Sumber : Data di olah, 2018

Dari hasil uji statistik deskriptif terhadap kualitas fasilitas diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 34 orang (N = 34). Untuk melakukan penilaian terhadap masing-masing butir pernyataan tersebut dapat dilihat nilai range pada tabel 4.7 yang telah dipaparkan sebelumnya. Untuk pernyataan yang pertama mengenai sering melakukan kesalahan dalam pekerjannya hasil rata-ratanya adalah sebesar 3,33. Berdasarkan tabel 4.7 maka nilai 3,33 termasuk ke kategori ragu-ragu. Maka dapat diketahui bahwa hal tersebut dapat dikatakan termasuk ke hal yang negatif karena konsumen (pelanggan) ragu-ragu untuk mengatakan suhu udara terasa tetap dingin walaupun tanpa menggunakan pendingin ruangan *(AC)*.

Untuk pernyataan kedua, yaitu perleng kapan sangat bagus, nilai rata-ratanya adalah sebesar 3,58. Nilai tersebut dapat dikategorikan setuju, hal ini berarti perlengkapan membantu dalam pemilihan barang sudah cukup baik.

Untuk pernyataan ketiga, yaitu lokasi sangat strategis dengan pemandangan yang sangat memukau sering nilai rata-ratanya adalah 3,67 dan dapat dikategorikan setuju. Artinya konsumen (pelanggan.

Untuk pernyataan keempat, yaitu Fasilitas belum sesuai dengan standar bintang lima dapat dilihat bahwa nilai rata-ratanya adalah sebesar 3,42 dan masuk kedalam kategori setuju. Maksudnya adalah bahwa konsumen (pelanggan) menilai bahwa fasilitas masih belum baik sesuai dengan standar bintang lima.

Untuk pernyataan kelima yaitu *Lay out* yang di buat sesuai dengan yang diinginkan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,67 yang dapat dikategorikan setuju.Dilihat dari nilai rata-rata mengenai *lay out* masih perlu untuk diperhatikan dan dikembangkan lagi agar kedepannya tidak terjadi ketidak sesuain lagi.

Untuk pernyataan keenam, yaitu Ketika menjual paket memberikan penjelasan dengan jelasmemiliki nilai rata-rata sebanyak 3,58. Nilai tersebut termasuk ke kategori setuju. Hal ini berarti menyatakan bahwa *salesman* masih belum baik dalam memberikan penjelasan tentang paket maka perlu dilakukan pengembangan tentang pengetahuan produk bagi *salesman* Untuk pernyataan ketujuh, yaitu ketika bertemu klien *salesman* memberi salammendapat nilai rata-rata sebesar 3,58. Nilai tersebut termasuk ke kategori setuju.Dapat diartikan bahwa ketika bertemu konsumen (pelanggan) *salesman* masih kurang mampu untuk menarik konsumen. Sehingga pelanggan mudah

berpaling pada property lainnya yang lebih sigap dalam memberikan pelayanan..

Analisis Deskriptif Tentang Kepuasan Pelanggan

Sama halnya dengan variabel kualitas fasilitas, peneliti juga melakukan uji statistik deskriptif terhadap kuesioner variabel kepuasan pelanggan yang sebe lumnya telah diuji validitasnya. Dari 7 butir pernyataan tersisa 5 butir pernya taan yang valid dan akan diuji dengan statistik deskriptif. Hasil dari uji statistik deskriptif terhadap kuesioner tersebut dapat dilihat dalam tabel 4.8 berikut ini

Tabel 4.8 Uji statistik deskriptif tentang kepuasan pelanggan (berkunjung kembali)

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.	34	3	5	4.88	..880
Harga yang dikeluarkan sesuai dengan yang didapatkan	34	3	5	4.75	.736
Akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga	34	3	5	3.75	.816
Berencana akan datang kembali	34	3	5	4.25	.870
Jarak lokasi yang mudah untuk dijangkau	34	3	5	4.42	.736
Harga sangat sesuai dengan fasilitas dan kualitas pelayanannya	34	3	5	3.92	.793
Sangat puas dengan makanan tradisional khas batak	34	3	5	3.33	.669
Valid N (listwise)	34				

Sumber : Output SPSS 16, 2017

Dari tabel uji statistik deskriptif tentang pembelian barang diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 34 orang (N = 34). Dari tabel tersebut penulis akan melakukan penilaian terhadap masing-masing butir pernyataan tersebut berdasarkan nilai rata-ratanya.

Untuk pernyataan yang pertama, yaitu mengenai Merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.memilih barang yang berkualitas tinggi memiliki nilai rata-rata sebesar 4,88. Nilai tersebut masuk ke dalam kategori sangat setuju, hal ini berarti karyawan dapur menganggap bahwa kualitas pelayaan yang diberikan memang sangat baik.

Untuk pernyataan kedua, yaitu mengenai harga yang dikeluarkan sesuai dengan yang memiliki nilai rata-rata sebesar 4,75. Nilai tersebut termasuk ke kategori sangat setuju, dalam hal ini konsumen (pelanggan) beranggapan bahwa harga yang ditawarkan memang sesuai dengan apa yang didapatkan. Untuk pernyataan ketiga, yaitu mengenai Akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga memiliki nilai 3,75. Nilai tersebut termasuk ke kategori setuju, maka dapat diketahui bahwa tidak begitu banyak konsumen (pelanggan) yang merekomendasikan.Untuk pernyataan keempat, yaitu Berencana akan datang kembali memiliki nilai rata-rata sebesar 4,25. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat setuju, artinya konsumen (pelanggan) banyak yang tertarik dan ingin berkunjung kembali.Untuk pernyataan kelima, yaitu mengenai jarak lokasi yang mudah untuk dijangkau memiliki nilai rata-rata sebesar 4,42. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat setuju, dapat diketahui bahwa konsumen (pelanggan) tidak merasa kesusahan dalam menjangkau hotel.

Untuk pernyataan keenam, yaitu harga sangat sesuai dengan fasilitas dan kualitas pelayanannyamemiliki nilai rata-rata sebesar 3,92. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori setuju, hal ini menyatakan bahwa konsumen (pelanggan) cukup merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang di berikan karyawan hotel. Untuk pernyataan ketujuh, yaitu Sangat puas dengan makanan tradisional khas batak nilai rata-rata sebesar 3.33 Nilai tersebut masuk kedalam kategori ragu-ragu, maka dapat diketahui bahwa konsumen (pelanggan) masih sangat banyak yang tidak setuju dengan pernyataan tersebutbagian,diharapkan untuk lebih menjaga higyne dan sanitasi makanan, supaya konsumen lebih tertarik untuk

mencobanya. Seperti yang tercantum pada bab sebelumnya, secara teoritis telah dikatakan kepuasan pelanggan adalah sejauhmana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembeli merasa puas atau amat gembira, Kotler dan Amstrong (2001).

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai pengaruh kualitas fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.Maka untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y tersebut penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Setelah melakukan pengolahan dengan SPSS maka didapatkan hasil seperti yang dicantumkan dalam tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9 Hasil analisis regresi linier sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.324	6.726		2.576	.028
	Kualitas fasilitas	.789	.211	.763	3.736	.004

a. Dependent Variable: Pembelian

Sumber : Data di olah, 2018

Dari tabel 4.9 pada kolom B nilai Constant (a) adalah 17,324, sedangkan nilai Kualitas Fasilitas adalah 0,789, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

Y = 17,324 + 0,789X

Maka dapat dijelaskan :

- Konstanta sebesar 17,324 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Kualitas Fasilitas maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 17,324
- Koefisien regresi X sebesar 0,789 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Kualitas Fasilitas maka nilai Kepuasan bertambah sebesar 0,789.

Hasil Uji Signifikansi Parsial Instrumen

Uji – t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Untuk mengetahui mendapatkan hasilnya maka dilakukan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{table}. Penentuan t_{tabel} dilakukan dengan melihat ke tabel distribusi t pada tingkat signifikansi 5% , df = n–2 = 12-2 =10, sehingga didapat t_{tabel} = 2,228. Untuk mengetahui nilai t_{hitung} dapat dilihat dalam tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10 Hasil uji signifikansi parsial (uji - t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.324	6.726		2.576	.028
	Kinerja	.789	.211	.763	3.736	.004

a. Dependent Variable: kualitas fasilitas

Sumber : Data di olah, 2018

Selain untuk menggambarkan persamaan regresi, makna lain dari tabel hasil uji regresi linear sederhana adalah untuk menampilkan hasil uji signifikansi dengan uji t untuk mengetahui apakah variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Dari tabel output tersebut dapat dilihat nilai t_{hiung} = 3,736. Dalam pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (α = 5%) dan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}.

H_0 =Kinerja (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian (Y)

H_1=Kinerja (X) berpengaruh signifikan terhadap pembelian (Y)

Penerimaan dan penolakan hipotesis dengan tingkat signifikansi dilakukan berdasarkan kriteria berikut :H_0 diterima

dan H_1 ditolak jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika nilai sig > 0,05 H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai sig < 0,05

Dari hasi uji-t tersebut dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,736> t_{tabel} sebesar 2,228 dan nilai signifikansi sebesar 0,04< 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Fasilitas (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*R Square*) pada dasarnya yaitu untuk mengukur seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dapat dilihat dalam tabel

Tabel 4.11
Hasil regresi linier sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763[a]	.583	.541	2.934

a. Predictors: (Constant), kepuasana pelanggan

Sumber : Output SPSS 16, 2017

Dalam Tabel 4.11 tercantum nilai R = 0,763 dan koefisien determinasi yang merupakan penguadratan R (R Square) sebesar 0,583. R Saquare = 0,583 x 100% = 58,3% Hal tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Fasilitas) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 58,3 %, sedangkan sisanya sebanyak 41,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga dapat dikatakan kualitas fasilitas yang ada memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, akan tetapi pengaruh tersebut tidak terlalu besar dan masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi tersebut diluar dari faktor kualitas fasilitas itu sendiri.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik Simpulan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan, dapat diketahui melalui hasil uji regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh 58,3% terhadap kepuasan pelanggan. Dilihat dari hasil persenan tersebut bahwa dapat dikatakan kualitas fasilitas yang ada memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi pengaruh tersebut terbilang tidak terlalu besar.
2. Dari hasil penelitian mengenai perlengkapan pada saat penyebaran kuesioner (angket) konsumen banyak beranggapan bahwa perlengkapan fasilitas sudah baik.
3. Kualitas peralatan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan, dimana apabila kualitas fasilitas baik maka konsumen akan merasa sangat puas dan pasti berkunjung kembali, bahkan akan merekomendasikan kepada teman keluarga, dan saudara.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Disarankan agar pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas fasilitasnya terutama pada fasilitas. Karena fasilitas yang ada juga termasuk sebagai salah satu daya tarik konsumen untuk datang ke hotel..
2. Perlengkapan yang ada pada hotel emang sudah baik, akan tetapi alangkah lebih baik lagi agar menambahkan pendingin ruangan *(AC)*. Karena menuru riset yang saya lakukan suhu udara pada siang hari akan semakin panas akibat pantulan cahaya matahari.
3. Agar lebih meningkatkan kualitas perlengkapan fasilitas yang ada pada hotel berbintang yang ada di Kabupaten

Humbang Hasundutan karena pelanggan (konsumen) akan sering membandingkan kualitas fasilitas yang didapatkan antara hotel satu dengan hotel yang lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami sampaikan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya kegiatan penulisan jurnal ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Judul jurnal yang dilakukan adalah Pengaruh Kualitas Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Berkunjung kembali di Kabupaten Humbang Hasundutan (studi di beberapa hotel berbintang di Kecamatan Bakti Raja).Kesuksesan penulisan jurnal ini juga tidak terlepas atas dukungan dan kerjasama dengan pihak pihak lain dalam berbagai bentuk untuk diucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Anwari Masatip, S.Sos, MM.Par selaku Direktur Politeknik Pariwisata Medan.
2. Dr. Abdul Kadir Ritonga, M.Hum selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di Politeknik Pariwisata Medan.

Akhirnya kami berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

DAFTAR PUSTAKA

P,A.P. (2012), *Teori-teori Politik.* Yogyakarta : Graha Ilmu

Arikunto,S. (2006). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta

Cronin,J.J and Taylor,S.A. (1994). *Servperf Versus Servqual: Reconciling PerformanceBased and Perceptions-Minus-Expectations Measurement Of Service Quality*. p.125– 31.

Fandy,T. (2002) ,*Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Penerbit Andi

Greenberg, (2010). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Prentice Hall

Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran* Edisi Delapan. Jakarta :Salemba Empat

Kotler,P. (2000). *Manajemen Pemasaran* Edisi Milenium. Jakarta Prenhalindo.

Kotler,A. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT.Indek.

Kotler.P, & Amstrong, Gary.(2005). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo

R, Basiya dan Rozak, Hasan A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa tengah. *Jurnal Dinamika Kepariwisataan*, Vol. XI No.2, p. 1-12

Ritonga,A.K.(2018).Program Development as an Alternative Improvement of Service Quality and Result of Vocational Education.*International Journal of Social Sciences & Educational Studies, 4(4),22-26*

Sugiyono. (2005). *Riset Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tse and Wilton. (1988). *Models Of Consumer Satisfaction Formation : An Extention. Journal Of Marketing* Reaserch, Vol. 25, pp. 204-212, 1988.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran jasa*. Jawa Timur: Bayumedia *Publis hing*

Biodata:

Edy Erianto adalah Dosen dengan jabatan Asisten Ahli pada Politeknik Pariwisata Medan