

---

---

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo**

*Fanessa Palantu<sup>1</sup>, Hais Dama<sup>2</sup>, Yulinda Ismail<sup>3</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>*

*E-mail: fanessapalantu1807@gmail.com*

---

**Abstract:** *This study aims to determine how big the influence of service quality on customer satisfaction at Maqna By Prasathi Hotel Gorontalo City by distributing questionnaires to respondents who have met the predetermined sample standards so that the data in this study is primary data. The sample in this study was 99 people. Data collection was obtained from the results of observations, questionnaires, and documentation. Then data analysis using multiple linear regression with the help of SPSS version 24. Based on the results of the t-test (partial) research shows that the reliability variable has no significant effect on customer satisfaction as indicated by the t-count value  $607 < t\text{-table } 1.985$ . While the Direct Evidence variable (Tangibles) has a significant effect on consumer satisfaction as indicated by the t-count value of  $3.495 > t\text{-table of } 1.985$ . and the Responsiveness variable has a significant effect on consumer satisfaction as indicated by the t-count value of  $6394 > t\text{ table of } 1.985$ . The results showed that f-count  $192.949 > f\text{-table } 2.7004$ . it means that Reliability, Tangibles, and Responsiveness simultaneously affect customer satisfaction at Maqna Hotel By Prasanthi Gorontalo City.*

**Keywords:** *Reliability; Tangibles; Responsiveness; Consumer Satisfaction*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Maqna By Prasathi Kota Gorontalo dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi standar sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 24. Berdasarkan hasil penelitian uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel Keandalan (Reability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai t-hitung  $607 < t\text{-tabel } 1.985$ . Sedangkan variabel Bukti Langsung (Tangibles) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai t-hitung  $3.495 > t\text{-tabel } 1.985$ . dan variabel Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai t-hitung  $6.394 > t\text{ tabel } 1.985$ . Hasil penelitian menunjukkan f-hitung  $192.949 > f\text{-tabel } 2.7004$ . artinya Keandalan (Reabiliti), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen Di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo.

**Kata Kunci:** **Keandalan (Reability); Bukti Langsung (Tangibles); Ketanggapan (Responsiveness); Kepuasan Konsumen**

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha untuk berkompetisi dalam menjangkau konsumen. Salah satunya yang berkembang dengan cepat adalah industri perhotelan, dimana industri ini adalah salah satu industri yang bergerak pada bidang jasa.

Pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal dan melayani dengan sebaiknya, Di dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi konsumen atau (customer orientation). Dan khususnya pada dunia bisnis yang

bergerak dibidang jasa, kepuasan konsumen merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan, maupun menumbuh kembangkan perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu penting dari kepuasan konsumen dan secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan organisasi, memberikan kualitas pelayanan yang prima merupakan strategi pemenang dan dapat menciptakan kepercayaan konsumen dan keunggulan kompetitif. Di Indonesia industri perhotelan juga sudah cukup maju, tidak sedikit hotel yang didirikan dipenjuru Indonesia salah satunya di Provinsi Gorontalo. Di Gorontalo ada beberapa hotel besar yang cukup terkenal salah satunya adalah Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo. Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo merupakan hotel berbintang di Gorontalo yang cukup terkenal dan memiliki banyak peminat dari masyarakat lokal maupun domestik.

Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima. Menurut Kotler Dan Keller (2016:155) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Namun kualitas pelayanan secara keseluruhan juga berpengaruh secara keseluruhan signifikan pada niat membeli sehingga banyak perusahaan yang tertarik untuk mempelajari, mengevaluasi dan menerapkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan retensi konsumen dan memaksimalkan pangsa pasar, meningkatkan efek menguntungkan pada kinerja keuangan perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo, dengan demikian strategi dijalankan mampu memberikan gambaran yang jelas terhadap perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada, sehingga pengunjung meningkat sesuai dengan yang diharapkan. Pada era modern seperti ini sekarang kualitas pelayanan menjadi hal yang patut diperhatikan oleh perusahaan, terutama yang bergerak dalam bidang jasa.

Hal ini dikarenakan tingginya persaingan industri perhotelan yang berkembang cukup pesat dan sampai saat ini terdapat banyak perusahaan dalam industri perhotelan. Sehingga tingkat persaingan dibidang perhotelan yang bergerak dalam bidang jasa tidak dapat dihindari. Hal ini menuntut Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo untuk terus dapat bersaing didunia industri perhotelan.

Namun pada Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo dilihat dari kualitas pelayanan yang dilaksanakan masih kurang maksimal sehingganya mengakibatkan konsumen merasakan ketidakpuasan dengan pelayanan yang diberikan seperti kebersihan kamar terkadang toilet kekurangan handuk, dan konsumen tidak puas karena beberapa karyawan tidak bersikap ramah terhadap konsumen. Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada Hotel Maqna By Prasanthi Gorontalo, jumlah tamu yang menyewa kamar sepanjang bulan Juli sampai dengan November 2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Data wisatawan yang menginap di Hotel Maqna Gorontalo by prasanthi pada enam bulan terakhir Juli-November 2021

BULAN	JUMLAH
Juli	895
Agustus	1.551
September	1.804
Oktober	2.406
November	2.297
Total	8.953

Sumbe: Hotel Maqna Gorontalo by prasanthi

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung yang menginap di Hotel. Paling rendah Pada pengunjung bulan Juli hanya sebanyak 895 Jumlah pengunjung, sedangkan pada bulan Agustus, September dan oktober mengalami kenaikan pengunjung yang menginap setiap bulannya . dan pengunjung paling banyak terdapat pada bulan Oktober yaitu 2.406 pengunjung.

Meski mengalami kenaikan setiap bulannya, namun beberapa konsumen menilai bahwa kualitas pelayanan perlu ditingkatkan.

Dari latar belakang yang sudah diuraikan maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kehandalan (reability), bukti langsung (tangibles), ketanggapan (responsiveness) terhadap kepuasan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk pendekatan dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap di hotel magna sebanyak 8.953 pengunjung yang menginap pada bulan Juli-November 2021. Jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 99 orang responden.

## **HASIL PENELITIAN**

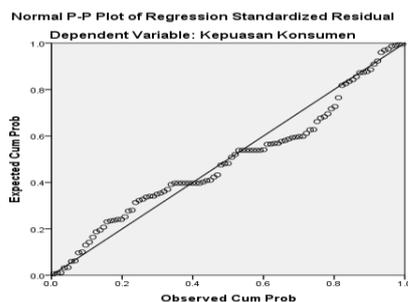
### **Uji Validitas**

Uji validitas ini diperlukan untuk melihat sejauh mana kuesioner yang dipakai dalam penelitian dapat menghasilkan data yang valid dengan menggunakan analisis pearson correlation. Acuan pengembalian keputusan dalam menentukan apakah kuesioner validitas adalah dengan melihat nilai pearson correlation dengan cut off 0,3 sehingga nilai menunjukkan  $> 0,3$  maka kuesioner dinyatakan valid. Dari hasil pengujian Pearson Correlation menunjukkan bahwa masing-masing dari item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner baik Variabel X1 Kehandalan (Reability), Variabel X2 Bukti Langsung (Tangibles), Variabel X3 Ketanggapan (Responsiveness), menunjukkan  $> 0,3$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan adalah valid.

### **Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas diperlukan untuk melihat sejauh mana kuesioner yang dipakai dapat menghasilkan jawaban yang konsisten dengan menggunakan analisis cronbach alpha dengan cut off 0,6 sehingga jika nilai menunjukkan  $> 0,6$  maka kuesioner dinyatakan reliabel. Hasil pengujian Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa baik variabel X1 Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), Ketanggapan (Responsiveness) maupun variabel Y menunjukkan nilai  $> 0,6$  sehingga dapat disimpulkan kuesioner yang digunakan adalah reliabel.

### **Hasil Uji Normalitas**



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini memenuhi asumsi normalitas data.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Uji imultikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antar variable independen (Naufal,2020). Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas diantara variable independen. Hasil diperoleh menunjukkan bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel independen berada di  $0,1$  dan VIF kurang dari  $10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen didalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikoloneritas.

### Hasil Uji Parsial

Tabel 2. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,437	1,689		2,034	0,045
Kehandalan (Reability)	0,026	0,042	0,031	0,607	0,546
Bukti Langsung (Tangibles)	0,305	0,087	0,323	3,495	0,001
Ketanggapan (Responsiveness)	0,596	0,093	0,603	6,394	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 24

Berdasarkan analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kehandalan (Reability) sebesar  $0,607$ . Jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar  $1,985$ . Maka nilai t hitung yang diperoleh lebih kecil dari pada nilai t tabel. Nilai signifikansi Kehandalan (Reability) lebih besar dari nilai probalitas ( $0,05 > 0,546$ ), maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kehandalan (Reability) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel Bukti Langsung (Tangibles) sebesar  $3,495$ . Jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar  $1,985$ . Maka nilai t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel. Nilai signifikansi Bukti Langsung (Tangibles) lebih kecil dari nilai probalitas ( $0,01 < 0,05$ ), maka  $H_a2$  diterima dan  $H_02$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Bukti Langsung (Tangibles) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo.

Berdasarkan analisis yang diperoleh nilai t hitung untuk variabel Ketanggapan (Responsiveness) sebesar  $6,394$ . Jika dibandingkan dengan nilai t tabel yang sebesar  $1,985$ . Maka nilai t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel. Nilai signifikansi Ketanggapan (Responsiveness) lebih kecil dari nilai probalitas ( $0,00 < 0,05$ ), maka  $H_a3$  diterima dan  $H_03$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo.

### Hasil Uji Simultan

Tabel 3. Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,392,670	3	797,557	192,949	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	392,683	95	4,134		
Total	2,785,354	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Ketanggapan (Responsiveness), Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles)

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 24

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai F hitung penelitian ini sebesar 192.949 Sedangkan nilai F tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df1 sebesar k = 3 dan df2 sebesar n - k - 1 = 99-3-1=95 adalah sebesar 2.7004. Jika nilai F dibandingkan, maka nilai F hitung > F tabel, yang artinya Ho ditolak dan H1 diterima. Hal yang sama pula dapat dilihat pada tingkat signifikansi, yakni nilai probabilitas yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai alpha (0,00 < 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Kehandalan (Reability), Bukti Langssung (Tangibles) dan Ketanggapan (Responsiveness) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen Di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo.

#### **Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien determinasi atau angka R Square adalah sebesar 0,859. Maka dapat disimpulkan bahwa variasi variabel independen Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) dalam menjelaskan variabel dependen Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,859 atau 85,9%, sedangkan sisanya 14,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar atau yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### **Analisis Regresi Berganda**

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 2, model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + b_3 \cdot x_3 + e$$

$$Y = 3.437 + 0,026x_1 + 0,305x_2 + 0,596x_3 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat di interpretasikan hal-hal sebagai berikut.

1. Nilai konstanta sebesar 3.437 menunjukkan nilai rata-rata variabel Kepuasan Konsumen sebesar 3.437 dengan ketentuan nilai variabel Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles) dan Ketanggapan (Responsiveness) bernilai konstan atau certeris paribus.
2. Nilai koefisien regresi variabel X1 Kehandalan (Reability) sebesar 0,026 atau sebesar 2,6% menunjukkan setiap perubahan variabel Kehandalan (Reability) sebesar 1 persen maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 2,6%.
3. Nilai koefisien regresi variabel X2 Bukti Langsung (Tangibles) sebesar 0,305 atau 30,5% menunjukkan setiap perubahan variabel Bukti Langsung (Tangibles) sebesar 1 persen maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 30,5%
4. Nilai Koefisien regresi variabel X3 Ketanggapan (Responsiveness) sebesar 0,596 atau sebesar 59,6% menunjukkan setiap perubahan variabel Ketanggapan (Responsiveness) sebesar 1 persen maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 59,6%.

#### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-t), diperoleh bahwa Kehandalan (Reability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama "Diduga Kehandalan (Reability) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis di tolak.

Hal ini disebabkan karena kehandalan (Reability) yang diberikan pihak perusahaan seperti memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, sikap sempati dan dengan akurasi yang tinggi,

memberikan informasi yang akurat, ketrampilan, kemampuan dan penampilan petugas masih kurang baik sehingga konsumen masih merasakan tidak puas dengan kehandalan (Reability) yang diberikan.

Hal ini sejalan dengan peneliti sebelumnya yang di teliti oleh Bayad Jamal Ali, Bayar Gardi, Baban Jabbar Othman, Shahla Ali Ahmed, Nechirwan Burhan Ismael, Pshdar Abdalla Hamza, Hassan Mahmood Aziz, Bawan Yassin Sabi, Sarhang Sorguli, Govand Anwar Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Kehandalan (Reability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-t), diperoleh bahwa Bukti Langsung (Tangibles) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua "Diduga Bukti Langsung (Tangibles) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis di terima.

Berdasarkan hasil uji tersebut dikatakan dengan adanya Bukti Langsung (Tangibles) dalam suatu perusahaan yang dibidangnya utama dalam penawaran jasa. seperti fisik perusahaan, lingkungan sekitar dan fasilitas perlengkapan yang dimiliki Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan (2019), Miklós Pakurár, Hossam Haddad, ános Nagy, József Popp, and Judit Oláh (2019), Bayad Jamal Ali, Bayar Gardi, Baban Jabbar Othman, Shahla Ali Ahmed, Nechirwan Burhan Ismael, Pshdar Abdalla Hamza, Hassan Mahmood Aziz, Bawan Yassin Sabi, Sarhang Sorguli, Govand Anwar (2021) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Bukti Langsung (Tangibles) mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-t), diperoleh bahwa Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga "Diduga Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis di terima.

Berdasarkan hasil uji tersebut dikatakan dengan adanya Ketanggapan (Responsiveness) dalam suatu perusahaan yang dibidangnya utama dalam penawaran jasa. dimana kemampuan petugas dalam memberikan informasi jelas dan mudah di mengerti, tindakan cepat disaat konsumen butuhkan itu mampu mempengaruhi kepuasan konsumen

Hal ini sejalan dengan penelitian yang Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan (2019), dilakukan oleh C.Prihandoyo (2019), Syed Ali Raza and Amna Umer, Muhammad Asif Qureshi and Abdul Samad Dahri (2020), Miklós Pakurár, Hossam Haddad, ános Nagy, József Popp, and Judit Oláh (2019), Bayad Jamal Ali, Bayar Gardi, Baban Jabbar Othman, Shahla Ali Ahmed, Nechirwan Burhan Ismael, Pshdar Abdalla Hamza, Hassan Mahmood Aziz, Bawan Yassin Sabi, Sarhang Sorguli, Govand Anwar (2021), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Ketanggapan (Responsiveness) mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-f), diperoleh bahwa Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat "Diduga Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis diterima. Hal ini disebabkan oleh dengan adanya Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan (2019), yang menunjukkan Kehandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles) dan Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Borwita Citra Prima Bondowoso.

## **KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-t), diperoleh bahwa Keandalan (Reability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama "Diduga Keandalan (Reability) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis di tolak. Hal ini disebabkan karena keandalan (Reability) yang diberikan pihak perusahaan seperti memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, sikap sempat dan dengan akurasi yang tinggi, memberikan informasi yang akurat, ketrampilan, kemampuan dan penampilan petugas masih kurang baik sehingganya konsumen masih merasakan tidak puas dengan keandalan (Reability) yang diberikan.
2. Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-t), diperoleh bahwa Bukti Langsung (Tangibles) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua "Diduga Bukti Langsung (Tangibles) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis di terima. Berdasarkan hasil uji tersebut dikatakan dengan adanya Bukti Langsung (Tangibles) dalam suatu perusahaan yang dibidangnya utama dalam penawaran jasa. seperti fisik perusahaan, lingkungan sekitar dan fasilitas perlengkapan yang dimiliki Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-t), diperoleh bahwa Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga "Diduga Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis di terima. Berdasarkan hasil uji tersebut dikatakan dengan adanya Ketanggapan (Responsiveness) dalam suatu perusahaan yang dibidangnya utama dalam penawaran jasa. dimana kemampuan petugas dalam memberikan infomasi jelas dan mudah di mengerti, tindakan cepat disaat konsumen butuhkan itu mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil pengujian dari hasil perhitungan (uji-f), diperoleh bahwa Keandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat "Diduga Keandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hotel Maqna By Prasanthi Kota Gorontalo" Hipotesis diterima. Hal ini disebabkan oleh dengan adanya Keandalan (Reability), Bukti Langsung (Tangibles), dan Ketanggapan (Responsiveness) akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfianti, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Bagian Rawat Jalan Puskesmas Bogor Utara (Doctoral dissertation, Perpustakaan Pascasarjana).
- Fermayani, R., Egim, A. S., & Atsarina, A. (2021). Pengaruh Nilai Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 327-335.
- Kurniawan, A., Utomo, K. P., & Emita, I. (2018). Penerapan Motivasi Kerja Sebagai Ciri Kualitas Pegawai Untuk Mendorong Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Pelayanan Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, 3(2), 95-105.
- Siyam, F. F., & Chasanah, U. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan Jasa Servis (Studi Empiris Jasa Servis Komputer Di Three Media Computer Yogyakarta) (Doctoral Dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Widodo, J., & Zulianto, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 166-170.

Yamanop, A. V., & Muchlasin, A. N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Toilet Saga Mall Abepura Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2).