



JURNAL PERHOTELAN DAN PARIWISATA

SUSUNAN PENGURUS

Penanggung Jawab

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya

Ketua Penyunting

I Ketut Eli Sumerta

Wakil Ketua Penyunting

Herindyah Kartika Yuni

Dewan Penyunting

I Ketut Sutapa	STIPAR Triatma Jaya
Wisnu Bawa Tarunajaya	STP Nusa Dua Bali
I Nyoman Madiun	STP Nusa Dua Bali
Nyoman Sudiarta	Universitas Udayana
Nengah Subadra	STIPAR Triatma Jaya
Ni Luh Sayang Telagawati	STIE Triatma Mulya

Pemimping Redaksi

I Made Bayu Wisnawa

Tata Usaha

Putu Agus Prayogi
Katerina Evi Tandirerung

Sirkulasi & Distribusi

I Wayan Arta Artana

Design & Lay Out

Isa Wahjoedi Dwi Poetranto



JURNAL Perhotelan dan Pariwisata

DAFTAR ISI

Pengemasan Kuliner Lokal dan Cinderamata Lokal Dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Tista, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan (halaman 1-18)

Agus Muriawan Putra, Ni Nyoman Sri Aryanti, IB. Ketut Astina, IB. Dwi Setiawan

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pita Maha Resort & Spa Ubud BALI (halaman 19-34)

Gusti Ayu Agustina Riski, I Wayan Arta Artana

Pelibatan Masyarakat Lokal Dalam Penyediaan Penginapan Lokal (Homestay) di Desa Wisata Tista, Kabupaten Tabanan (halaman 35-52)

Agung Sri Sulistyawati, Fanny Maharani Suarka, Putu Ratih Pertiwi

Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Liang Ndara Kecamatan Mbeliling Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur (NTT), (halaman 53-80)

Anak Agung Bagus Wirateja, Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan

Strategi Pemasaran Desa Wisata Tista Kabupaten Tabanan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Erupsi Gunung Agung Bali (halaman 81-112)

I Nyoman Jamin Ariana, Ida Bagus Ketut Astina

Strategi Peningkatan Penjualan Kamar Melalui Kegiatan Pemesanan Kamar dan *Yield Management* Pada Hotel Grand Hyatt Bali (halaman 113-125)

I Made Suwitra Wirya, I Gusti Agung Bagus Widiantara

Menjaga Ideologi Kebangsaan Menuju Perkembangan Pariwisata Berkarakter Indonesia (halaman 126-136)

Ni Wayan Mekarini

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PITA MAHA RESORT & SPA UBUD BALI

Gusti Ayu Agustina Riski*¹
Agustina.riski@triatma-mapindo.ac.id
Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia

I Wayan Arta Artana*²
STIPAR Triatma Jaya Dalung

ABSTRACT

Many hotels competed for giving excellent service to fulfill customers' satisfaction. This research conducted to observe the importance of service quality in the hospitality industry, in which the customers' satisfaction became the priority and benchmark in improving prestige of the hotel. This study aimed at analyzing the effect of service quality dimension, they were; tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Empathy (X5) toward tourists satisfaction (Y) who stayed in Pita Maha Resort Spa Ubud Bali. The research methodology used was t-test and f-test by applying questionnaires was used as a data collection technique. These questionnaires were given to the 90 guests who stayed by using purposive sampling. Validity, reliability, double linear regression, and regression assumption test were applied. The result of study showed that there was a significant effect toward the guests' satisfaction in the Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali of tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Empathy (X5) and F-test was 92.140 sig 0.00 and F-table was 2.3. Partially, tangibles (X1) towards customers satisfaction was significant with t-1 4.478 more than t-table was 1.6 sig 0.00; reliability (X2) towards customers satisfaction was significant with t-2 was 8.891 more than t-table was 1.6 sig 0.00; Responsiveness (X3) towards customers satisfaction was significant with t-3 was 18.879 more than t-table was 1.6 sig 0.000. Assurance (X4), towards customers satisfaction was significant with t-4 was 6.585 more than t-table was 1.6 sig 0.003. Empathy (X5) towards customers satisfaction was significant with t-5 was 5.163 more than t-table was 1.6 sig 0.041.

Keywords: *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customers'satisfaction, service quality*



PENDAHULUAN

Bali sebagai daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan manca negara maupun wisatawan nusantara sampai saat ini dan untuk seterusnya di masa yang akan datang. Berbagai macam sebutan telah diberikan untuk Pulau Bali diantaranya oleh seorang *actor Hollywood* yaitu Richard Gere bahwa masyarakat Bali tinggal di Surga atau paradise yang sangat menyenangkan dengan berbagai macam keanekaragaman kegiatan keseharian, seni budaya serta berbagai macam kerajinan tangan yang begitu mempesona. Hal ini pula yang menjadikan hasil seni kerajinan masyarakat Bali selalu ada dimana – mana yang dijadikan kenangan begitupara wisatawan kembali ke asal negaranya atau tempat tinggalnya. Sebagai penghargaan International telah diberikan kepada Pulau Bali yang indah ini, diantaranya World's Best island 2009 oleh Majalah Travel and Leisure, serta peringkat ke dua dari Best of Travel tahun 2010. Pada pertengahan bulan Maret 2017, semua hal ini menjadi bukti nyata bahwa Pulau Bali benar – benar

memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali yang selalu meningkat, dapat kita lihat dari tabel berikut yaitu daftar kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Bali berdasarkan kewarganegara-raannya dari tahun 2012–2016.

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Mancanegara
Ke Bali Periode
Tahun 2014 - 2018

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Orang)	Pertumbuhan (%)
2014	2,892,019	-
2015	3,278,598	13.37
2016	3,766,638	14.89
2017	4,001,654	6.24
2018	4,927,937	23.15

Sumber: Dinas Pariwisata Bali, 2019

Berdasarkan data yang dimuat dari tabel 1.1 di atas, dapat kita ketahui bahwa terjadi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Bali dari tahun 2014 ke tahun 2015 meningkat sebesar 13,37% dan dari tahun 2015 ke tahun 2016 meningkat sebesar



14,89% dan dari tahun 2016 ke tahun 2017 meningkat sebesar 6,24% dan seterusnya dari tahun 2017 ke tahun 2018 meningkat sebesar 23.15%. Seiring dengan terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Bali dari tahun ke tahun sudah pasti akan membutuhkan sarana dan prasarana yang semakin meningkat salah satunya adalah kebutuhan akan tempat tinggal yaitu Hotel.

Pita Maha Resort & Spa adalah salah satu sarana penginapan dengan type katagori Boutique Resort bintang lima yang berada di kawasan wisata Desa Ubud. Lokasinya sangat setrategis karena berada di Jalan Raya Sanggingan Ubud Bali yang menghadap lembah sungai Oos dan hanya 10 menit berjalan kaki ke pusat Desa Wisata Ubud. Pita Maha Resort memiliki berbagai fasilitas villa yang bervariasi dan juga fasilitas penunjang untuk kebutuhan tamu yang menginap ataupun berkunjung yaitu seperti *restaurant*, bar, spa kolam renang, dan begitu juga *bisnis centre* dengan *wi-fi* tanpa bayar selama 24 jam. Perkembangan industri Pariwisata di Desa Ubud

mengalami pertumbuhan yang pesat, hal ini dapat kita lihat dengan semakin banyaknya akomodasi yang ada, banyaknya jumlah *restaurant* begitu juga semakin banyaknya jumlah toko cinderamata yang ada di sepanjang jalan Desa Wisata Ubud, yang sudah pasti menambah daya tarik wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk berlibur di Desa Wisata Ubud. Masalah dengan semakin banyaknya pilihan yang ada juga semakin besar pula tingkat persaingan yang ada, sehingga semua sarana pariwisata yang ada selalu berlomba untuk datang dengan berbagai macam tawaran dengan kualitas yang semakin meningkat baik dari produk maupun dari segi pelayanan sehingga tetap menjadi pilihan utama para wisatawan yang berlibur ke Desa Wisata Ubud. Pita Maha Resort sebagai salah satu sarana pariwisata berupa akomodasi yang telah beroperasi sejak tahun 1996 tetap akomodative dengan semua perubahan akan kebutuhan para wisatawan yang semakin meningkat sehingga tetap menjadi pilihan wisatawan yang berlibur di



Ubud. Pita Maha Resort selalu *focus* akan kebutuhan wisatawan yang selalu meningkat dan berubah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga wisatawan yang pernah menginap di Pita Maha Resort selalu merasakan sebuah perubahan dalam hidupnya dan selalu mengenang dan ingin kembali, karena mereka merasa berada di rumah sendiri yang ada di Desa Wisata Ubud.

Berikut ini adalah tabel kunjungan wisatawan yang menginap di Pita Maha Resort tahun 2012 sampai tahun 2016 beserta prosentase kenaikan setiap tahun.

Tabel 1.2

Data Jumlah Wisatawan Yang Menginap Pita Maha Resort Ubud Tahun 2014 – 2018

No	Tahun	Jumlah Wisatawan Menginap (orang)	Pertumbuhan (%)
1	2014	3680	-
2	2015	3766	2,33
3	2016	3808	1,11
4	2017	4050	6,35
5	2018	4076	0,64

Sumber : Laporan Marketing Pita Maha Resort, 2019

Pada tabel 1.2 di atas dapat kita lihat bahwa terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang menginap di Pita Maha Resort dari tahun ke tahun yaitu dari tahun 2014 ke tahun 2015 terjadi kenaikan sebesar 2,33%, dari tahun 2015 ke tahun 2016 naik sebesar 1,11% dari tahun 2016 ke tahun 2017 naik sebesar 6,35% dan dari tahun 2017 ke tahun 2018 terjadi kenaikan sebesar 0,64%. namun terjadi kenaikan yang sangat tipis dari tahun 2017 ke tahun 2018 yaitu sebesar 0,64% atau sebanyak 26 orang.

Tabel 1.3

Keluhan Konsumen Di Pita Maha Resort Ubud Bali Periode 2015 – 2016

Periode	Jumlah Wisatawan Yang Menginap	Jumlah Keluhan	Persentase
2015	4050	8	-
2016	4076	11	27.27

Sumber : Marketing Report Pita Maha Resort, 2019

Pada tabel 1.3, dapat kita lihat telah terjadi kenaikan wisatawan yang menginap di Pita Maha Resort dari tahun 2015 ke tahun 2016 yaitu dari 4050 orang menjadi 4076 orang,



namun dilain sisi juga terjadi kenaikan jumlah keluhan terhadap pelayanan yang ditawarkan yaitu dari 8 keluhan di tahun 2017 menjadi 11 keluhan di tahun 2018 yaitu naik sebesar 27.27%. Adapun kriteria yang dipakai untuk mengetahui adanya keluhan wisatawan yang menginap di Pita Maha Resort diantaranya adalah kondisi lingkungan hotel secara fisik, kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan seperti daya tanggap, keramah tamahan dan sikap yang selalu ingin membantu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama mereka memakai fasilitas yang disiapkan.

Melihat data yang ada di tabel 1.3, sangat menarik untuk menganalisa lebih mendalam kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali guna menjawab permasalahan yang ada yaitu bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort.

Rumusan Masalah

Dari pemaparan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?
2. Apakah *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali ?
3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?
4. Apakah *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?
5. Apakah *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?
6. Apakah *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?
7. Variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?
8. Seberapa besar pengaruh *Tangibles, Reliability,*



Responsiveness, Assurance, dan Empathy secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?

Tujuan Penelitian

Dari pemaparan pada rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan Wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?

6. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, dan Empathy* secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?

7. Untuk mengetahui Variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?

8. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, dan Empathy* secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya Management Pemasaran terutama hubungan dimensi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan wisatwan.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat bagi Pita Maha Resort & Spa : Sebagai bahan evaluasi Pita Maha Resort & Spa



Ubud dalam memenuhi kepuasan pelanggan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan juga memberi masukan kepada pimpinan Pita Maha Resort & Spa Ubud dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu menarik pelanggan untuk datang kembali dan mencapai tujuan dari perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka digunakan peneliti sebagai acuan dalam meneliti dan dipilih dari beberapa kajian yang signifikan dengan judul penelitian saat ini antara lain :

Kajian Teoritis

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Elhaitanny dalam Tjiptono (2006) pelayanan adalah suatu sikap dengan atau cara pengelola dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Dalam perkembangan selanjutnya Zeithml (1996) dan Kotler (2002), mengemukakan bahwa untuk menilai kualitas jasa dapat digunakan lima dimensi, yaitu :

1. *Reliability* (kehandalan), yang menunjukkan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan segera, akurat, terpercaya dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, berartiketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan.
2. *Responsiveness* (ketanggapan), menunjukkan adanya kemauan dan keinginan dari para staf atau karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.
3. *Assurance* (jaminan kepastian), adanya pengetahuan dan kemampuan



serta kesopanan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan tidak menimbulkan keraguan pelanggan terhadap pelayanan

4. *Tangibles* (fisik nyata), bahwa penampilan sarana dan fasilitas fisik, perlengkapan/peralatan, penampilan personil dan media komunikasi yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.

5. *Emphaty* (empati), adanya perhatian yang lebih bersifat pribadi kepada pelanggan, melakukan kontak, hubungan dan komunikasi dengan pelanggan serta adanya upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

b. Pengertian Kepuasan

Menurut Oliver dalam Supranto, (2006).Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakannya dengan harapannya.Harapan pelanggan

dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Indikator kepuasan pelanggan Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004) atribut pembentuk kepuasan terdiridari:

1. **Kesesuaian harapan**
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. **Minat berkunjung kembali**
Merupakan kesedian pelanggan untuk berkunjung kembali atau

melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

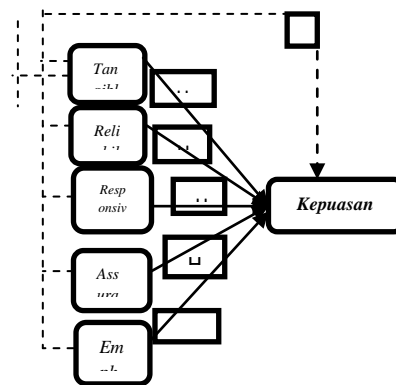
3. Kesiapan merekomendasikan
Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Kerangka Konseptual

Suatu perusahaan yang menginginkan agar usahanya dapat beroperasi dalam jangka panjang harus mampu memberikan kepuasan kepada wisatanya. Kepuasan wisatawan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan. Di dalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada wisatawan, terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan yaitu : *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *emphaty* dan *assurance* (Kotler, 2005)

Kelima kualitas pelayanan yang dijelaskan di atas tersebut akan menjadi acuan utama dalam kerangka penelitian ini. Berdasarkan pemikiran diatas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka konseptual seperti gambar dibawah :

GAMBAR 2.1
KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan

- > = Berpengaruh secara Parsial
- - - -> = Berpengaruh secara Parsial

Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1: *Tangibles* (Bukti Fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
2. H2: *Reliability* (Kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
3. H3: *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan
4. H4: *Assurance* (Jaminan Pasti) berpengaruh positif dan



signifikan terhadap kepuasan wisatawan

5. H5: *Emphaty* (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan
6. H6: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles,* dan *Empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali

METODE PENELITIAN

Identifikasi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pita Maha Resort Spa Ubud, Yang beralamt di Jl. Raya Sanggingan, Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, PO. Box 198 Ubud 80571, Telepon: (0361) 974330.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengempulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka.

1. Penyebaran Kuesioner

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui

kuisisioner, dokumentasi dan studi kepustakaan maka instrumen penelitian yang digunakan adalah daftar pertanyaan dalam kuisisioner dengan skala likert yang berjumlah 18 item pertanyaan. Dimana data-data terkait dengan penelitian akan dipelajari, dikumpulkan, diolah dan dianalisis dengan bantuan SPSS serta *Microsoft Excel*.

2. Teknik Analisis Data

Pengujian Instrumen

a. Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

c. Analisis regresi linear berganda

Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan persamaan regresi linear berganda.

d. Uji Asumsi Regresi



Uji asumsi regresi dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif.

1) Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

4) Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi merupakan uji asumsi

dalam model regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya.

5) Uji koefisien determinasi (R^2)

Untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) digunakan koefisien determinasi (R).

3. Teknik penyajian hasil analisis

a. Analisis t-test

Analisis test untuk menguji hipotesis pertama dan kedua dan seterusnya yaitu pengaruh variabel X_1, \dots , secara parsial terhadap variabel Y.

b. Analisis F-test

Analisis F-test digunakan untuk menguji hipotesis ketiga yaitu pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh *Tangible* secara Partial Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian



diperoleh t_1 -hitung adalah 4,478 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan H_0 , maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *tangible* secara parsial terhadap kepuasan tamu dan bukan diperoleh secara kebetulan.

b. Pengaruh *Reliability* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t_2 -hitung adalah 8,891 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan H_0 , maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *reliability* secara parsial terhadap kepuasan tamu dan bukan diperoleh secara kebetulan.

c. Pengaruh *Responsiveness* Secara Parsial Terhadap Kepuasan tamu

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t_3 -hitung adalah 18,879 lebih besar

dari t -tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan H_0 , maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan tamu dan bukan diperoleh secara kebetulan.

d. Pengaruh *Assurance* Secara Parsial Terhadap Kepuasan tamu

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t_2 -hitung adalah 6,585 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan H_0 , maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *reliability* secara parsial terhadap kepuasan tamu dan bukan diperoleh secara kebetulan.

e. Pengaruh *Emphaty* Secara Parsial Terhadap Kepuasan tamu

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t_5 -hitung adalah 5,163 lebih besar dari t -

tabel sebesar 1,6 berada pada daerah penolakan H_0 , maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *emphaty* secara parsial terhadap kepuasan tamu dan bukan diperoleh secara kebetulan.

f. Pengaruh *tangible, reliability, assurance, responsiveness, emphaty* Terhadap Kepuasan tamu

Berdasarkan hasil perhitungan dari data-data yang telah dimasukkan, maka diperoleh F-hitung adalah 92,140 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,3 berada pada daerah penolakan H_0 , maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, di mana hal ini berarti memang benar ada pengaruh yang positif dan nyata (signifikan) antara *tangible, reliability, assurance, responsiveness, emphaty* secara simultan terhadap kepuasan tamu dan bukan diperoleh secara kebetulan.

g. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali

Tabel 4.1

Hasil uji analisis regresi linier berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
1 (Constant)	1.113	.832	.184
<i>Tangibles</i>	.160	.036	.000
<i>Reliability</i>	.223	.025	.000
<i>Responsiveness</i>	.399	.021	.000
<i>Assurance</i>	.162	.025	.000
<i>Emphaty</i>	.151	.029	.000

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda diatas dapat dibuktikan variabel yang paling dominan adalah variabel *Responsiveness* yakni sebesar 0.399. hal ini dapat dilihat nilai variabelnya paling besar.

h. Seberapa besar pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, dan Empathy* secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Pita Maha Resort Ubud Bali?

Tabel 4.7

Hasil uji analisis determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.920 ^a	.846	.837

a. Predictors: (Constant), *Empathy, Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangibles*

Dari data diperoleh koefisien determinasi adalah 84,6% berarti variasi hubungan *antara tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy* secara simultan terhadap kepuasan tamu Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali adalah sebesar 84,6% sedangkan sisanya 15,4% ditentukan oleh variabel lain di luar *tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy* yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat disimpulkan hasil penelitian pada Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali adalah Pengaruh yang positif dan signifikan antara *tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy* secara simultan terhadap kepuasan tamu Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali pada Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali.

Saran

Berdasarkan hasil simpulan, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Pihak Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali agar meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, terutama pada *responsiveness*, karena pada dimensi tersebut merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan tamu Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali, upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan pelatihan berkesinambungan dengan mengacu pada materi sesuai



dengan kebutuhan wisatawan yang sangat dinamis.

2. Pihak Pita maha Resort & Spa Ubud Bali tetap meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada seperti *Tangible, Reliability, Assuarance, dan emphaty* karena tetap berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
3. Bagi peneliti berikutnya dapat mengembangkan model penelitian dan menambah jumlah pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, 1998, *Consumer behavior and marketing communication*, Jakarta.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Terjemahan oleh Arief Subiyanto. Malang : Bayu Media Publishin.
- Heath, LRobert dan WTimothy Coombs, 2006, *Today's Public Relations An Introduction*. SAGE Publications, United States Of America.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip (2000), *Marketing Management, the Millenium edition*, Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip & Amstrong (2001), *Principles of Marketing, ninth edition*, Prentice Hall , Inc.
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-pirinsip pemasaran* 2. Edisi ke 12. Erlangga, Jakarta.
- Moleong, Lexy J., 1996, *Metode Penelitian, Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ruslan, Rosaday, 2006, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*, PT Raja GrafindoPerkasa, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Andi Offsheet, Yogyakarta.
- Widjaja, Tunggul Amin. 2008. *Dasar-dasar Customer Relationship Management*. Jakarta: Harvarindo.
- Sutrarama, I.P.A. 2009, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan Nirwana Bali Golf Club*
- Pratiwi, D.I, 2010, *Analisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap*



Kepuasan Pelanggan pada
Penumpang Pesawat Garuda

Indrawati, D.M, 2006, Analisis
Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Wisatawan di Hotel
Dhyan