

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN TAMU
PADA VELVET RESTAURANT HOTEL GUNAWANGSA
MERR SURABAYA**

Umi Aslamiah

Email : umiaslamiahmia02@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dr. Soetomo Surabaya

ABSTRAK

Velvet Restaurant untuk dapat meningkatkan penjualan dan meraih keuntungan serta memberikan *excellent service* berupa kualitas produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* kepada tamu dengan tujuan tamu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan tamu pada *Velvet Restaurant* Pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dan teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil simultan diperoleh nilai dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan tamu. Sedangkan, untuk uji *t* kualitas produk (X_1) adalah sebesar 0,025. Kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,000. *Store atmosphere* (X_3) adalah sebesar 0,011 karena ketiga variabel independen memiliki nilai $\text{sig.} < \text{probabilitas } 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan *store atmosphere* (X_3) terhadap kepuasan tamu (Y) secara parsial.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere

ABSTRACT

Velvet Restaurant to be able to increase sales and earn profits and provide *excellent service* in the form of product quality, service quality and shop atmosphere to guests with the aim that guests are satisfied with the services provided. The purpose of this study was to determine and analyze product quality, service quality and *store atmosphere* on guest satisfaction at the *Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya*.

This type of research uses descriptive quantitative research and the analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results showed that simultaneously obtained a value with a significance level of 0.000 which is under a significance level of 0.05, it can be concluded that there is a significant influence on product quality, service quality and *store atmosphere* simultaneously on guest satisfaction. While the *t* test for product quality (X_1) is 0.025. Service quality (X_2) is 0.000. *Store atmosphere* (X_3) of 0.011 because the three independent variables have a *sig* value. Probability 0.05, it can be concluded that partially there is a

significant effect on product quality (X1), service quality (X2) and shop atmosphere (X3) on guest satisfaction (Y).

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Store Atmosphere*

I. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu aspek yang mempunyai peranan penting dalam perkembangan pariwisata di Jawa Timur terutama di wilayah Surabaya. Perhotelan juga menyediakan jasa akomodasi dan berbagai fasilitas bagi para wisatawan maupun pebisnis yang akan menginap di sebuah hotel. Fasilitas hotel yang selalu di minati oleh tamu yaitu restaurant.

Data Perhimpunan Hotel dan Restaurant Indonesia (PHRI) dan Badan Pusat Statistik Kota Surabaya pada tahun 2019 terdapat 276 hotel yang berdiri sesuai dengan pembagian kelasnya masing-masing mulai dari hotel kelas melati hingga hotel bintang 5 (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya) , sedangkan terdapat 375 restaurant di Surabaya. Perinciannya, 250 restaurant dalam hotel sisanya yakni 125 restaurant, berada di luar hotel dan pusat perbelanjaan (Jawa Pos). Menurut Jean, Chain dan Mac Arthur (2014:2) membuktikan bahwa pada industri perhotelan dan restaurant merupakan bisnis yang paling kompetitif di dunia. Tingkat persaingan restaurant dalam ruang lingkup hotel di Surabaya menyebabkan bertambahnya pilihan konsumen untuk menentukan kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere dalam memilih restaurant yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. maka restaurant harus mampu menciptakan produk makanan dan minuman yang memberikan kualitas dan ciri khas yang unik dari produk tersebut agar dapat menarik konsumen dan memberikan pelayanan yang sesuai standar operasional untuk menciptakan suasana yang nyaman, didukung desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik serta wifi sebagai daya tarik khusus bagi konsumen sehingga akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere. Faktor pertama yaitu kualitas produk menurut (Kotler dan Armstrong (2016:164) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Maka, kualitas pelayanan tersebut di persepsikan baik, prima dan memuaskan, apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak mampu memenuhi apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan buruk. Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu store atmosphere. store atmosphere adalah suasana atau desain tempat berbelanja yang dapat menimbulkan efek emosional dalam diri konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian (Arianto, 2016).

Berikut adalah data pengunjung tamu di Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya tahun 2020 :

Tabel 1.1
Jumlah Tamu Velvet Restaurant
Periode Januari – Juni 2020

No	Bulan	Jumlah Tamu
1	Januari	1.011
2	Februari	462
3	Maret	504
4	April	597
5	Mei	808
6	Juni	597
Total		3.979

Sumber : Data Velvet Restaurant

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA VELVET RESTAURANT HOTEL GUNAWANGSA MERR SURABAYA”

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi penelitian, populasi dan penentuan sampel. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat kesamaan konsep dan pengumpulan data menggunakan kuisioner.

B. Kualitas Produk

(Kotler dan Armstrong, 2014:253) kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama untuk pemasar, dan mempunyai dampak langsung pada kinerja produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler & Kevin, 2016:164).

Pengukuran terhadap variabel kualitas produk mengacu pada indikator dari Garvin yang dikutip oleh (Tjiptono, 2012:121) yaitu *performance, features, realibility, conformance of specification, durability, serviceability, aesthetic, perceived quality*.

C. Kualitas Pelayanan

Menurut Aryani & Rosinta (2010:125) kualitas pelayanan adalah merupakan tolak ukur menentukan keputusan pembelian atau tidaknya seorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu layanan akan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pembelian selanjutnya. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Mauludin (2010:67).

Pengukuran terhadap variabel kualitas pelayanan mengacu pada indikator dari Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:155) yaitu *tangibles, realibility, responsiveness, assurance, empathy*.

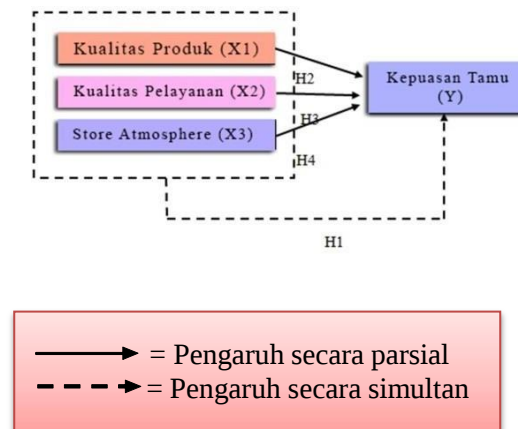
D. *Store Atmosphere*

Store atmosphere atau suasana toko adalah atmosphere yang mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka (Levy dan Weitz, 2012:490). *Store atmosphere* adalah suasana toko terencana yang sesuai dengan pasar targetnya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli (Bob Sabran, 2013:69). Pengukuran terhadap variabel *store atmosphere* mengacu pada indikator dari Berman dan Evans (2010:509.) yaitu *Exterior* (Bagian Luar Toko), *General Interior* (Interior Umum), *Store Layout* (Tata Letak Toko), dan *Interior Point of Purchase Displays*.

E. Kepuasan Tamu

Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Menurut Tjiptono & Ph (2015) kepuasan tamu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan – harapannya. Pengukuran terhadap variabel kepuasan tamu mengacu pada indikator dari Kotler yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2015:104) yaitu sistem keluhan dan saran, Ghost shopping, Lost customer analysis, survey kepuasan pelanggan untuk menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

G. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir di atas, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan tamu pada Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya
- Terdapat pengaruh secara parsial variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan tamu pada Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut (Sugiyono, 2013), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012:13) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya.

A. Populasi dan Sampel Penelitian

Sugiyono (2016:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan uraian di atas, yang dimaksud populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang ada dalam wilayah penelitian tertentu dan mempunyai sifat, kualitas serta karakteristik yang sama. Penelitian ini yang menjadi populasi adalah 3.979 pengunjung dan tamu Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya dalam 6 bulan terakhir.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah tamu atau konsumen umum yang menginap atau berkunjung di Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya. Menurut Malhotra (2010:377) yang menyatakan bahwa sampel minimal adalah 5x indikator variabel bebas, dalam penelitian ini jumlah indikator variabel bebas adalah 17, maka sampel $5 \times 17 = 85$ Responden, yang dianggap telah mewakili seluruh populasi yang ada.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner dan Wawancara.

- a. Metode angket atau kuesioner Metode angket menurut Kusumah & Dedi (2011:78) adalah daftar pertanyaan tertulis yang di berikan kepada subjek yang di teliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti.
- b. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit atau kecil. Wawancara dilakukan kepada Manager Food and Beverage Service Velvet Restaurant. (Sugiyono, 2016:194)

C. Metode Analisis

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun tahapan uji analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Instrument

Uji Validitas

Menurut Rumengan (2013:83), validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti ingin mengukur kuesioner didalam pengumpulan penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Setelah kuesioner tersusun dan teruji validitasnya dalam praktek sebelum data yang terkumpulkan adalah data yang valid, bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) maka butir instrument tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2016).

b. Uji Reabilitas

Setelah semua pengukuran terhadap indikator variabel selesai keseluruhan dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya analisis dilanjutkan pada uji reliabilitas. Menurut Dewi Priyanto (2016:154) Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang, instrument kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya, uji reliabilitas yang banyak digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha.

2. Uji asumsi klasik dilakukan secara bersamaan dengan proses uji regresi. Model regresi linear berganda dapat disebut dengan model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi uji multikolineritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas (Runtunuwu et al., 2014).
3. Analisis Regresi Linear Berganda Analisis linear berganda digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Store Atmosphere (X3) variabel independent (bebas) terhadap kepuasan tamu (Y) sebagai variabel dependen atau terikat rumus regresi linear berganda menurut Sugiyono (2012:192)
4. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)
Pada model regresi linier sederhana ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel terhadap variabel terikat.
5. Uji Hipotesis Menurut Ghozali (2016) mengatakan bahwa uji hipotesis dilakukan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel tersebut.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tamu *Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya* yang menjadi responden pada penelitian ini berjumlah 85 orang.

A. Analisis Deskriptif

Bahwa dari 85 responden maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas tamu yang pernah berkunjung ke *Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya* yang mendominasi adalah usia < 25 tahun sebanyak 47 responden, sedangkan yang paling sedikit adalah usia 36 – 45 tahun sebanyak 4 responden.

B. Uji Validitas

Hasil uji validitas dikatakan valid jika r hitung minimal 0,3 atau r hitung lebih besar dari r tabel. Hasil uji validitas variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh hitung :

1. Variabel Kualitas Produk

($X_{1.1}$) sebesar 0,775, ($X_{1.2}$) sebesar 0,666, ($X_{1.3}$) sebesar 0,750, ($X_{1.4}$) sebesar 0,516, ($X_{1.5}$) sebesar 0,614, ($X_{1.6}$) sebesar 0,628, ($X_{1.7}$) sebesar 0,686, ($X_{1.8}$) sebesar 0,770, yang kesemuanya mempunyai tingkat signifikansi 0,0 atau $\leq 5\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kualitas Produk dinyatakan valid.

2. Variabel Kualitas Pelayanan

($X_{2.1}$) sebesar 0,698, ($X_{2.2}$) sebesar 0,737, ($X_{2.3}$) sebesar 0,700, ($X_{2.4}$) sebesar 0,810, ($X_{2.5}$) sebesar 0,782, ($X_{2.6}$) sebesar 0,735, ($X_{2.7}$) sebesar 0,801, ($X_{2.8}$) sebesar 0,778, Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

3. Variabel *Store Atmosphere*

($X_{3.1}$) sebesar 0,782, ($X_{3.2}$) sebesar 0,843, ($X_{3.3}$) sebesar 0,732, ($X_{3.4}$) sebesar 0,821.

4. Kepuasan Tamu

(Y_1) sebesar 0,797, (Y_2) sebesar 0,832, (Y_3) sebesar 0,756, (Y_4) sebesar 0,838, Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel kinerja karyawan dinyatakan valid

C. Uji Realibilitas

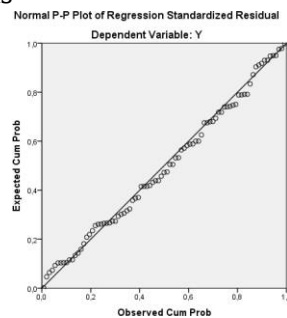
Reliabilitas adalah alat untuk mengukur sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda.

- Variabel Kualitas Produk, dari hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk koefisien Kualitas Produk sebesar 0,766.
- Variabel Kualitas Pelayanan, dari hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk koefisien motivasi sebesar 0,781.
- Variabel *Store Atmosphere*, dari hasil uji reliabilitas untuk variabel *Store Atmosphere* (X_3) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk koefisien kinerja karyawan sebesar 0,814.

- d. Variabel Kepuasan Tamu, dari hasil uji reliabilitas untuk variabel KepuasanTamu (Y) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk koefisien kinerja karyawan sebesar 0,817. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur ke 4 variabel ini merupakan kuesioner yang handal karena dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan

D. Hasil Uji Asumsi Dasar Regresi Linear Berganda

1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 2: Diagram Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi. (Singgih Santoso, 2012:361). Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal, hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

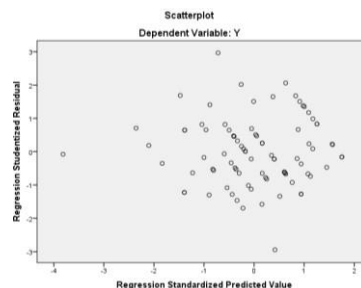
Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.761	1.028			-.741	.461		
X1	.105	.046	.170	2,286	.025	.452	2,212	
X2	.343	.044	.632	7,845	.000	.387	2,583	
X3	.150	.057	.176	2,605	.011	.551	1,813	

a. Dependent Variable: Y

Gambar 3: Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Dengan kriteria bahwa data dikatakan bebas multikolinieritas jika data menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tolerance $0,1 < \text{Tolerance} < 1$.



Gambar 4: Diagram Hasil Uji Multikolinieritas

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

4. Hasil Regresi Linear Berganda Yang Dihasilkan

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.761	1.028		-.741	.461		
	X1	.105	.046	.170	2.286	.025	.452	2.212
	X2	.343	.044	.632	7.845	.000	.387	2.583
	X3	.150	.057	.176	2.605	.011	.551	1.813

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah SPSS, 2020

Gambar 5: Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

5. Hasil Pengujian Hipotesis Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	396,367	3	132,122	105,618
	Residual	101,327	81	1,251	
	Total	497,694	84		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Gambar 6: Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan tamu.

Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.761	1,028		-.741	,461		
	X1	,105	,046	,170	2,286	,025	,452	2,212
	X2	,343	,044	,632	7,845	,000	,387	2,583
	X3	,150	,057	,176	2,605	,011	,551	1,813

a. Dependent Variable: Y

Sumber data: Data diolah SPSS, 2020

Gambar 7: Tabel Hasil Uji t

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikan adalah :

X1 : 0,025, X2: 0,000, X3: 0,011 variabel kualitas produk (X1), kualitas

Karena ketiga variabel independen memiliki nilai sig. < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan store atmosphere (X3) terhadap kepuasan tamu (Y) secara parsial.

6. Koefisien Determinasi R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.789	1,11846

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber data: Data diolah SPSS, 2020

Gambar 8: Tabel Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,796. Hal ini berarti 79,6% kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere, sedangkan sisanya yaitu 20,4% kepuasan tamu dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan dari keseluruhan skripsi ini sebagai berikut :

1. Hasil pengujian dengan uji F (Simultan) didapatkan hasil bahwa “Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Store Atmosphere (X3) Terhadap Kepuasan Tamu (Y) Pada Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya”. Hasil pengujian ini berarti mendukung hipotesis yang diajukan yaitu “Terdapat pengaruh secara simultan pelayanan (X2) dan store atmosphere (X3) terhadap kepuasan tamu (Y) pada Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya”
2. Secara parsial dengan menggunakan uji t diperoleh hasil :
Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 0,025 Kualitas Pelayanan (X2) adalah sebesar 0,000 Store Atmosphere (X3) adalah sebesar 0,011 Karena ketiga variabel independen memiliki nilai sig. < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan store atmosphere (X3) terhadap kepuasan tamu (Y) secara parsial.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meningkatkan kepuasan tamu pada Velvet Restaurant Hotel Gunawangsa Merr Surabaya disarankan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan untuk tetap dapat meningkatkan kepuasan tamu walaupun sudah diterima baik oleh tamu. Maka, Velvet Restaurant lebih ditingkatkan lagi dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere. Karena dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat penting sekali untuk kepuasan tamu.

2. Bagi para peneliti yang berminat untuk mengkaji dan meneliti ulang penelitian ini, disarankan lebih memperdalam dan memperluas variabel penelitian, indikator penelitian. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu. Hal ini dikarenakan bahwa masih banyak variabel lain yang belum diteliti sehingga memberikan peluang yang besar bagi peneliti lain untuk mengembangkan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17 (2), 114–126.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program Ibm Spss 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jawa Pos. (n.d.). Tiap Tahun Berdiri 10 Restoran. Retrieved June 12, 2020, from <https://www.pressreader.com/indonesia/jawa-pos/20190821/282385516165201>
- Kotler, P., & Kevin, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Malhotra. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). Pearson Education.
- Mauludin, H. (2010). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Runtunuwu, J., Sem, O., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1803–1813.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, F., & Ph, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta