

**PENGARUH KEDISIPLINAN DAN KETANGGAPAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA HOTEL DI KABUPATEN SEMARANG)**

*The influence of discipline and responsiveness towards customer  
satisfaction with quality service as an intervening variable  
(study on hotels in semarang district)*

**Agus Budi Purwanto \*)**

**Susanti Wahyuningsih \*)**

**Abstract**

The background of this research is the declining number of hotels in semarang district . This indicates that the hotel can not satisfy customers. In general, this study aimed to determine the effect of directly or indirectly discipline and responsiveness to customer satisfaction where the quality of service as a mediating variable. So that it can be seen that the most powerful mediating pathways to influence customer satisfaction. Specifically, this research aims to increase the number of visitors hotels in semarang district. Research data collection techniques by spread many questionnaires to the hotel customers in semarang district are arranged systematically with multiple choice answers which easy to understand. Distribution of the questionnaires by means of a direct encounter conducted in the period April-July, 2013, with a sample of some 250 people. Then the data were collected through the questionnaires to be tested the data analyst; validity and reliability, followed by pathway analysis (path analysis), test the strength of the model using SEM (Structural Equation Modeling). The result of the research proves that there is positive direct influence between discipline and responsiveness to customer satisfaction. The results also shows that the quality of service is a positive intervening between discipline and responsiveness towards customer satisfaction.

**Keyword:** *Discipline, Responsiveness, Quality of Service, Customer Satisfaction*

**Abstraksi**

Penelitian ini dilatar belakangi menurunnya jumlah hotel di Kabupaten Semarang. Hal ini mengindikasikan hotel tersebut tidak dapat memuaskan pelanggan. Secara umum Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung Kedisiplinan dan Ketanggapan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana Kualitas Pelayanan sebagai variabel mediasi. Sehingga dapat diketahui jalur mediasi yang paling kuat untuk mempengaruhi Kepuasan

---

\*) *Staf Pengajar STIE Pelita Nusantara Semarang*

Pelanggan. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung hotel di Kabupaten Semarang. Teknik pengumpulan data penelitian dengan cara menyebar kuesioner pada pelanggan hotel di Kabupaten Semarang yang disusun secara sistematis dengan beberapa pilihan jawaban yang mudah dipahami. Pembagian kuesioner dengan cara ditemui langsung yang dilakukan pada kurun waktu April – Juli 2013, dengan sampel sebesar sejumlah 250 orang. Kemudian data yang terkumpul melalui kuesioner dilakukan uji analisis data; validitas dan reliabilitas, dilanjutkan dengan analisis jalur (Path Analysis), uji kekuatan model menggunakan SEM (Structural Equation Modelling). Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung secara positif antara kedisiplinan dan ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan intervening positif antara kedisiplinan dan ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci** : *Kedisiplinan, Ketanggapan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

## 1. Pendahuluan

Jasa perhotelan di Kabupaten Semarang sebagian besar berlokasi di obyek wisata Bandungan, Candi Gedong Songo, Umbul/Mata Air Sidomukti yang berada di Kecamatan Bandungan dan obyek wisata Kopeng yang berada di Kecamatan Getasan. Jumlah hotel pada Tahun 2010 sebanyak 215 buah, dibandingkan Tahun 2009 sebanyak 220 terjadi penurunan 5 buah hotel atau 2,27%. Jumlah tamu mengalami peningkatan 2,98 % dari 699.022 orang pada Tahun 2009 menjadi 720.521 orang pada Tahun 2010. Jumlah kamar mengalami peningkatan 2,28% dari 3.724 kamar pada Tahun 2009 menjadi 3.809 kamar pada Tahun 2010. Meskipun ada pengurangan jumlah hotel namun banyak hotel lama yang melakukan renovasi dan melakukan penambahan jumlah kamar (<http://semarangkab.bps.go.id/>). Semakin tingginya persaingan maka jasa perhotelan berusaha untuk memuaskan pelanggan. Masih banyak dijumpai keluhan yang dialami konsumen di bidang pelayanan misalnya kebersihan kamar mandi, persediaan makan, persediaan menu makan dan lain sebagainya. Kondisi ini menyebabkan jasa perhotelan harus dapat menyiasati kualitas pelayanan pelanggan sehingga dapat mencapai tujuan seperti yang diinginkan oleh pihak pelanggan.

Hotel yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima. Kualitas pelayanan sangat penting bagi pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan masyarakat dan berakhir pada persepsi masyarakat. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi penyedia pelayanan, melainkan berdasarkan pada persepsi konsumen. Cronin & Taylor dalam Aryani dkk.(2010), mengatakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan (*service quality*) umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Menguatkan pendapat diatas Aryani dkk.(2010) berpendapat bahwa *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Semakin tanggap pelayanan hotel kepada pelanggan maka kualitas pelayanan semakin baik, sehingga pelanggan akan semakin puas.

Disiplin kerja karyawan merupakan salah satu tuntutan konsumen pengguna jasa. Karyawan diwajibkan mentaati peraturan yang ada untuk mencapai tujuan yang telah

ditentukan. Menurut Schultz dalam Helmi (2006) ada beberapa faktor yang menentukan tenaga kerja yang berkualitas, yaitu tingkat kecerdasan, bakat, sifat kepribadian, tingkat pendidikan, kualitas fisik, semangat kerja dan disiplin kerja. Helmi (2006) menyatakan di bidang jasa perhotelan seorang karyawan harus memiliki disiplin kerja yang tinggi, supaya para karyawan tersebut dapat menerapkan semua peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan karyawan tersebut dapat menjalankan tugasnya dengan baik, sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai. Disiplin kerja tidak hanya semata – mata patuh dan taat pada peraturan seperti penggunaan seragam kerja dan ketepatan waktu bekerja tapi juga melibatkan komitmen baik diri sendiri ataupun komitmen dengan organisasi (kelompok kerja). Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dari kualitas pelayanan menurut John Svioka adalah disiplin perusahaan dalam memberikan pelayanan (Rambat Lupiyoadi–A.Hamdani, 2006). Dengan disiplin yang tinggi, para karyawan akan berusaha keras untuk mengatasi hambatan dalam menjalankan tanggungjawab pekerjaannya. Sebaliknya karyawan yang mempunyai disiplin kerja rendah akan sukar mencapai kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Hubungan yang saling terkait dikemukakan Oliver dalam Aryani dkk. (2010) yang menyatakan kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Artinya jika kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Dari beberapa hasil penelitian diatas, maka dapat memperkuat argumentasi bahwa ketanggapan (*responsiveness*) dan disiplin kerja memberikan kontribusi signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

Melihat pentingnya faktor ketanggapan dan disiplin kerja karyawan hotel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan dapat memediasi keduanya maka sangat relevan untuk dilakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Hotel di Kabupaten Semarang).**

## **2. Telaah Pustaka dan Pengembangan Model**

### **2.1. Disiplin Kerja**

Istilah Disiplin Kerja bisa diartikan negatif seperti dikaitkan dengan hukuman. Seorang karyawan bisa dipotong gajinya jika terlambat masuk kerja. Menurut Sastrohadwiryo (2005) masalah disiplin kerja dalam suatu organisasi tidak lepas dari permasalahan tindakan pendisiplinan yang dilakukan oleh pihak organisasi sebagai akibat dari pelanggaran peraturan. Disiplin kerja dibuat dan diterapkan untuk mencegah dan mengurangi jumlah pelanggaran yang terjadi, sehingga bisa meminimalkan sanksi yang diberikan. Disiplin kerja mempunyai tujuan yang penting supaya dapat mencegah dan mengurangi hukuman, sehingga dengan tujuan tersebut pegawai mempunyai target, tahu apa yang harus mereka lakukan untuk mencapai target tersebut, dan juga dapat menyelesaikan pekerjaan itu dengan tepat waktu. Dalam arti yang positif dikemukakan oleh Hodges (dalam Yuspratiwi, 1990 dalam Helmi, 2006) bahwa disiplin adalah sikap seseorang atau kelompok yang berniat untuk mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, pengertian disiplin kerja adalah suatu sikap dan tingkah laku yang menunjukkan ketaatan karyawan terhadap peraturan organisasi. Hal yang sama dikemukakan Helmi (2006) menyatakan disiplin kerja

merupakan sikap dan perilaku yang berniat untuk mentaati segala peraturan organisasi yang didasarkan atas kesadaran diri untuk menyesuaikan dengan peraturan organisasi. Indikator disiplin kerja dalam penelitian ini didasarkan pendapat Lateiner dan Levin dalam Arinta (2003) yaitu;

- a. Keteraturan dan ketetapan waktu kerja adalah bila karyawan datang ke tempat kerja berdasarkan jadwal waktu kerja yang telah ditetapkan.
- b. Kepatuhan terhadap peraturan, seperti ketepatan dalam menggunakan pakaian dan penalaran artinya penggunaan pakaian dan peralatan dengan apa yang telah ditetapkan dan memeliharanya dengan baik.
- c. Menghasilkan jumlah dan kualitas kerja yang memuaskan dan mengikuti cara kerja yang dibutuhkan oleh organisasi.
- d. Menyelesaikan pekerjaan, artinya menyelesaikan pekerjaan dengan sungguh-sungguh sehingga dapat selesai dengan kebijakan organisasi tersebut.

## 2.2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Menurut Lenvinne seperti di kutip (Raminto dan Septi Winarsih 2005), Ketanggapan (*Responsiveness*) ini mengukur daya tanggap provides terhadap harapan, keinginan dan aspirasi serta tuntutan *customer*. Husain Umar (2005) mengutip pendapat Zeithan et.al mengatakan *Responsiveness*, yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan atau memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan menangani keluhan pelanggan.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dirangkum dengan singkat Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kemauan karyawan perusahaan (organisasi) yang tanggap dan bersedia membantu kepentingan pelanggan yang memerlukan layanan.

Sementara itu (Lerbin R. Aritonang R.,2005) mengartikan bahwa dimensi *Responsiveness* ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu memperoleh definisi yang tepat dan segera menanggapi pelanggan, Lebih lanjut indikator untuk mengukur persepsi (*perception*) sebagai berikut:

1. Pekerja perusahaan ini memberi tahu saya secara pasti kapan akan dilayani.
2. Pekerja perusahaan ini memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.
3. Pekerjaan perusahaan ini tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi tuntutan saya.

## 2.3. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Ada beberapa pendapat mengenai kualitas layanan (*quality of service*). Kualitas layanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang dari pelanggan terhadap penyampaian layanan dari suatu perusahaan (Lovell & Wright, 2002). Sedangkan Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002) yang mengutip pernyataan Parasuraman et al. (1988), Zeithaml (1988), Bitner et al. (1990), Bolton & Drew (1991 a, b), Cronin & Taylor (1992), Bitner & Hubert (1994) mengatakan bahwa kualitas layanan adalah semacam sikap keseluruhan evaluasi, dan keduanya (kualitas layanan dan sikap) tersebut dipandang serupa.

Lovell & Wright (2002), Zeithaml & Bitner (2003), menyatakan ada 21 atribut layanan (*SERVQUAL attributes*). Tetapi atribut layanan ini tidak selalu sesuai dan mempunyai arti yang sama untuk setiap industri layanan. Sebagai contoh *employee responsiveness*

atau *service reliability* mempunyai arti yang berbeda pada industri layanan yang berbeda. Seorang staff hotel yang menjawab telpon dengan cepat bisa diartikan sebagai sikap yang terlalu responsif oleh pelanggan; dan kehandalan layanan bagi pelanggan hotel bisa diartikan kemampuannya dalam mengatasi masalah kerusakan AC di kamar. Gronroos (2000) menambahkan bahwa untuk mengukur kualitas layanan yang terbaik dan tepat sebaiknya digunakan pendekatan atribut layanan yang sesuai dengan apa yang dialami dan diinginkan oleh pelanggan. Oleh karena itu perusahaan perlu memahami atribut layanan yang relevan dengan pelanggannya.

Penelitian ini menggunakan lima atribut dari sembilan atribut yang dikemukakan Vincent Gaspersz dalam Supranto (2006) untuk mencapai harapan pelanggan (pelayanan berkualitas):

1. Ketepatan waktu pelayanan, hal-hal yang perlu diperhatikan disini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, yaitu yang berkaitan dengan reliabilitas dan bebas kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal.
4. Tanggung jawab kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementers.
5. Kemudahan mendapatkan pelayanan, berkaitan dengan banyaknya outlet dan petugas yang melayani seperti kasir, administrasi, komputer dan lain-lain
6. Variasi model pelayanan, berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, features dalam pelayanan dan lain-lain
7. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus
8. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, parkir, informasi dan lain-lain.
9. Atribut pendukung pelayanan lainnya, seperti lingkungan kebersihan ruang tunggu, AC, musik dan lain-lain.

#### **2.4. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)**

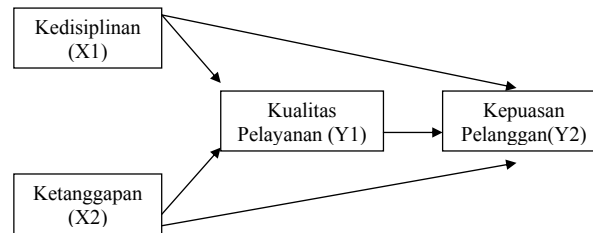
Kepuasan akan layanan jasa terutama pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menjadi tolok ukur keberhasilan bisnis perhotelan. Menurut Kurtz and Boone dalam Samuel (2006). *customer satisfaction is the ability of goods or services to meet or exceed buyer need and expectations.* (p. 46). Jika saat pelanggan membeli dan menggunakan suatu produk, dan mampu memenuhi bahkan melampaui kebutuhan dan harapannya, maka akan terjadi kepuasan. Zeitham, Berry, dan Parasuraman dalam Samuel (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Hanan and Karp dalam Samuel (2006) menyatakan bahwa didalam mengevaluasi kepuasan pelanggan selalu mengacu pada atribut-atribut pembentuk kepuasan, dikenal dengan istilah *The Big Eight*, terdiri dari: *product related factors; value to price relationship, product quality, products features, reliability, service related factors, warranty, response to and remedy of problems, sales experience, dan Convenience of acquisition.* Indikator dalam penelitian ini didasarkan pendapat Crosby and Stephens dalam Palilati (2007) mengemukakan

konseptual dari kepuasan konsumen terhadap jasa (service) terdiri atas tiga hal penting: (1) *contact person*; (2) *the core service*, and (3) *the organization*.

## 2.5. Kerangka Pikir Penelitian

**Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian**



## 2.6. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Kedisiplinan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan.
- H2 : Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan.
- H3 : Kedisiplinan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.
- H4 : Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.
- H5 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.
- H6 : Kedisiplinan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan sebagai *intervening*.
- H7 : Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan sebagai *intervening*.

## 3. Metode Penelitian

### 3.1. Variabel Penelitian

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah:

1. Kedisiplinan (X1)
2. Ketanggapan (X2)
3. Kualitas Pelayanan (Y1)
4. Kepuasan Konsumen (Y2)

### 3.2. Definisi operasional dan pengukuran variabel

**Tabel 1. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran**

Variabel yang diukur	Indikator	Pengukuran	Jenis Data	Sumber Data
- Kedisiplinan (Arinta, 2003)	- Keteraturan dan ketetapan waktu kerja - Kepatuhan terhadap peraturan, - Menghasilkan jumlah dan kualitas kerja yang memuaskan - Menyelesaikan pekerjaan dengan sungguh-sungguh	Skala Likert	Primer	Responden

Variabel yang diukur	Indikator	Pengukuran	Jenis Data	Sumber Data
- Ketanggapan (Lerbin R, 2005)	- Karyawan selalu menawarkan fasilitas hotel. - Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. - Karyawan tidak terlalu sibuk menanggapi keluhan pelanggan.	Skala Likert	Primer	Responden
- Kualitas Pelayanan (Supranto, 2006)	- Ketepatan waktu pelayanan - Kesopanan dan keramahan - Kemudahan mendapatkan pelayanan - Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan	Skala Likert	Primer	Responden
- Kepuasan Pelanggan (Palilati, 2007)	- <i>contact person</i> - <i>the core service</i> - <i>the organization.</i>	Skala Likert	Primer	Responden

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini

### 3.3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kausal Komparatif. Menurut Suryabrata (2004) penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan sebab akibat dengan cara: berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang ada mencari kembali faktor yang menjadi penyebab melalui data tertentu.

### 3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan hotel di Kabupaten Semarang. Keseluruhan populasi tidak mungkin dapat diteliti karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu, pengambilan sampel dapat mewakili sebuah populasi (Cooper dan Schindler, 2003). Penentuan jumlah sampel berdasarkan Ferdinand (2005) menyatakan jumlah sampel adalah 5 – 10 kali jumlah indikator ditambahkan jumlah variabel laten. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 14, variabel laten sebanyak 4. Maka jumlah sampel minimal adalah  $5 * (14 + 4) = 90$ . Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu metode *quota sampling*. Menurut Sukmadinata (2008) *quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan. Jumlah kuota sampel ditentukan sebesar 250 responden. Sedangkan penentuan sampel memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pelanggan hotel yang minimal berkunjung 2 kali di hotel yang sama.
2. Usia minimum 20 tahun atau sudah berkeluarga.

Penyebaran sampel pada pelanggan hotel dilakukan secara proporsional pada dua wilayah obyek wisata wilayah Kecamatan Bandungan dan Kecamatan Getasan sebagai berikut:

**Tabel 2. Data Hotel di Kabupaten Semarang**

No	Wilayah Hotel	Jumlah Hotel	Proporsi	Jumlah Sampel
1	Kecamatan Bandungan	100	53%	$250 \times 53\% = 133$
2	Kecamatan Getasan	88	47%	$250 \times 47\% = 117$
	Jumlah	188	100%	250

Sumber : BPS Kabupaten Semarang, 2010

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Angket / Kuesioner**

Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner, yaitu melalui daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dengan beberapa pilihan jawaban yang mudah dipahami (Malhotra dalam Samuel, 2006). Menurut Singarimbun (2000), pada penelitian survai, penggunaan angket merupakan hal yang paling pokok untuk pengumpulan data di lapangan. Hasil kuesioner inilah yang akan diangkakan (kuantifikasi), disusun tabel-tabel dan dianalisa secara statistik untuk menarik kesimpulan penelitian. Pembagian kuesioner dilakukan kepada pelanggan hotel di Kabupaten Semarang, dengan cara ditemui langsung yang dilakukan pada kurun waktu 4 bulan (April - Juli 2013).

#### **3.5.2. Literatur / Dokumentasi**

Data pendukung berupa dokumen diperoleh dari website Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Semarang, buku-buku literatur dan jurnal-jurnal nasional maupun internasional yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1. Uji Reliabilitas**

Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data cenderung tidak berbeda (sama). Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali (Ghozali, 2011) yaitu pengukurannya hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0.7$  (Nunnally dalam Ghozali, 2011).

#### **3.6.2. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrumen pengukuran yang digunakan, artinya mampu mengungkapkan apa yang akan diukur. Suatu instrumen berupa kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan dua cara (Ghozali, 2011):

1. Menilai korelasi antara butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, dan dikatakan valid jika terdapat korelasi positif, diharapkan nilai korelasi  $r$  lebih besar dari 0.30, (Solimun, 2002), atau nilai *Corrected Indicator-Total Correlation* pada output SPSS lebih besar dari 0.30, (Ghozali, 2011).
2. Uji dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), analisis ini digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk dapat diterangkan oleh indikator-indikatornya. Apabila indikator-indikator dapat membentuk konstruk atau variabel, maka ditunjukkan dengan nilai loading faktor yang tinggi, diharapkan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling* (KMO) lebih besar dari 0.50 (Ghozali, 2011; Solimun, 2002).

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara pertama yaitu melihat nilai *Corrected-Total Correlation*.



### 3.6.3. Analisis Jalur

Menurut Baron & Kenny dalam Ghozali (2011) suatu variabel disebut mediator / intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (*independen*) dan variabel kriteria (*dependen*). Dalam penelitian ini kualitas pelayanan sebagai variabel *intervening*/ mediator dalam menganalisis pengaruh kedisiplinan dan ketanggapa terhadap kepuasan pelanggan. Ghozali (2011) menyatakan bahwa untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*), yaitu penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

### 3.6.4. Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Hoyle dalam Samuel (2006) menyatakan bahwa diagram path atau diagram lintasan merupakan sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan ide dasar dari model SEM. Dalam penelitian ini pengujian kecocokan model menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*). Tujuannya untuk mengukur derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) yang akan dioperasikan dengan program AMOS 17. Alasan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SEM karena memungkinkan pengukuran sebuah rangkaian hubungan yang relative rumit secara simultan. *Goodness of Fit* sebuah model bisa diukur dengan :

1. Chi Square  
Merupakan alat uji yang paling fundamental untuk mengukur *overall fit*, dan sangat sensitif terhadap jumlah Statistik *Chi-Square* ( $\chi^2$ ) makin kecil makin baik ( $p > 0,05$ ) artinya model makin baik.
2. GFI  
Merupakan indeks kesesuaian yang akan menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matriks kovarian sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang trestimasikan. GFI dengan nilai  $\geq 0,90$  merupakan model yang baik (*better fit*).
3. AGFI  
Merupakan analog dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada analisis regresi berganda. Tingkat penerimaan yang direkomendasi adalah bila  $AGFI \geq 0,90$ .
4. RMSEA  
Adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi-Square* ( $\chi^2$ ). Jika nilai  $RMSEA \leq 0,08$  dikatakan model dalam keadaan baik.
5. CMIN/DF  
Umumnya dilaporkan oleh peneliti sebagai salah satu indikator mengukur tingkat fitnya sebuah model. Nilai  $\chi^2$  relatif  $\leq 2,0$  bahkan  $CMIN/DF \leq 3,0$  adalah indikasi dari model fit dengan data.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui reliabel suatu alat ukur dengan menggunakan rumus alpha cronbach. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0.7$  (Nunally dalam Ghozali, 2011). Dari uji reliabilitas diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen**

Variabel		Koefisien	Keterangan
1	Kedisiplinan (KD)	0,884	Reliabel
2	Ketanggapan (KT)	0,825	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (KP)	0,951	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan (KPG)	0,826	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai alpha diatas 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen-instrumen pembentuk variabel adalah reliabel.

#### 4.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,3 (Ghozali, 2011) . Adapun hasil uji validitas variabel dapat dilihat pada Tabel 4.35 berikut :

**Tabel 4. Hasil Perhitungan Validitas Instrumen**

No	Variabel dengan Indikatornya	Corrected Item-Total Correlation	>/<	Batas signifikan	Keterangan
1	Kedisiplinan (KD)				
	- KD1	0,726	>	0,3	Valid
	- KD2	0,815	>	0,3	Valid
2	Ketanggapan (LK)				
	- KT1	0,615	>	0,3	Valid
	- KT2	0,734	>	0,3	Valid
3	Kualitas Pelayanan (KP)				
	- KP1	0,765	>	0,3	Valid
	- KP2	0,838	>	0,3	Valid
4	Kepuasan Pelanggan (KPG)				
	- KPG1	0,652	>	0,3	Valid
	- KPG2	0,659	>	0,3	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan indikator mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada 0,3 artinya keseluruhan indikator valid sehingga dapat dikatakan instrumen pembentuk variabel laten juga valid untuk digunakan.

#### 4.4. Pengujian Hipotesis

##### 4.4.1. Pengujian H1 dan H2 dengan Persamaan Regresi Berganda Tahap 1

Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan terhadap Kualitas Pelayanan hotel di Kabupaten Semarang dianalisis menggunakan persamaan regresi berganda Tahap 1. Dari hasil perhitungan dengan program SPSS diperoleh hasil seperti pada tabel berikut ini :

**Table 5.**  
**Regresi Kedisiplinan dan Ketanggapan terhadap Kualitas Pelayanan**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2623.273	2	1311.637	43.491	.000 <sup>a</sup>
	Residual	7449.191	247	30.159		
	Total	10072.464	249			

a. Predictors: (Constant), KETANGGAPAN, KEDISIPLINAN

b. Dependent Variable: KUALITAS\_PELAYANAN

##### **Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.744	1.967		8.002	.000
	KEDISIPLINAN	.819	.114	.425	7.197	.000
	KETANGGAPAN	.489	.177	.164	2.768	.006

a. Dependent Variable: KUALITAS\_PELAYANAN

Berdasarkan Tabel 5.11 dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :  $Y = 0,452X_1 + 0,164X_2$ . Uji ANOVA atau F tes menghasilkan 43.491 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa Kedisiplinan dan Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Uji t statistik menghasilkan 7,197 untuk Kedisiplinan dengan probabilitas signifikansi 0,00 atau lebih kecil dari 0,05. Jadi telah terbukti bahwa Kedisiplinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan (H1). Uji t statistik selanjutnya menghasilkan 2,768 untuk Ketanggapan dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,006 atau lebih kecil dari 0,05. Maka telah terbukti bahwa Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan(H2).

##### 4.4.2. Pengujian Hipotesis H3, H4 dan H5 dengan Persamaan Regresi Berganda Tahap 2

Pengaruh Kedisiplinan, Ketanggapan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel di Kabupaten Semarang dianalisis menggunakan persamaan regresi berganda Tahap 2. Dari hasil perhitungan dengan program SPSS diperoleh hasil seperti pada tabel berikut ini :

**Table 6.**  
**Regresi Kedisiplinan, Ketanggapan, Kualitas Pelayanan terhadap**  
**Kepuasan Pelanggan**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	277.254	3	92.418	29.462	.000 <sup>a</sup>
	Residual	771.662	246	3.137		
	Total	1048.916	249			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KETANGGAPAN, KEDISIPLINAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.846	.712		5.402	.000
	KEDISIPLINAN	.151	.040	.243	3.744	.000
	KETANGGAPAN	.114	.058	.118	1.968	.049
	KUALITAS_PELAYANAN	.092	.021	.284	4.461	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan Tabel 5.11 dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :  $Y = 0,243X_1 + 0,118X_2 + 0,284X_3$ . Uji ANOVA atau F tes menghasilkan 29.462 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa Kedisiplinan, Ketanggapan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Uji t statistik menghasilkan 3,744 untuk Kedisiplinan dengan probabilitas signifikansi 0,00 atau lebih kecil dari 0,05. Jadi telah terbukti bahwa Kedisiplinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (H3). Uji t statistik selanjutnya menghasilkan 1,968 untuk Ketanggapan dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,049 atau lebih kecil dari 0,05. Maka telah terbukti bahwa Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (H4). Uji t statistik yang terakhir menghasilkan 4,461 untuk Kualitas Pelayanan dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 0,05. Terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (H4)

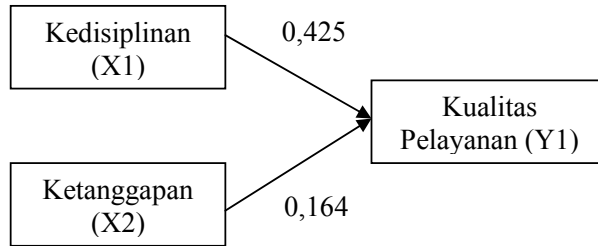
#### 4.4.3. Pengujian H6 dan H7 dengan Analisis Jalur

Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening pada hotel di Kabupaten Semarang dianalisis menggunakan Analisis Jalur dengan menentukan nilai pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

**Tabel 7**  
**Nilai Pengaruh Langsung Regresi Tahap 1**

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Kedisiplinan → Kualitas Pelayanan	0,425	0,000	0,425	-	0,425
Ketanggapan → Kualitas Pelayanan	0,164	0,006	0,164	-	0,164

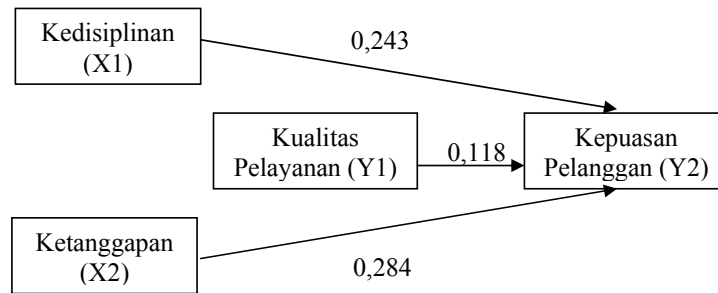
**Gambar 2**  
**Model Regresi Tahap 1**



**Tabel 8.**  
**Nilai Pengaruh Langsung Regresi Tahap 2**

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Kedisiplinan → Kepuasan Pelanggan	0,243	0,000	0,243	-	0,243
Ketanggapan → Kepuasan Pelanggan	0,118	0,049	0,118	-	0,118
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0,284	0,000	0,284	-	0,284

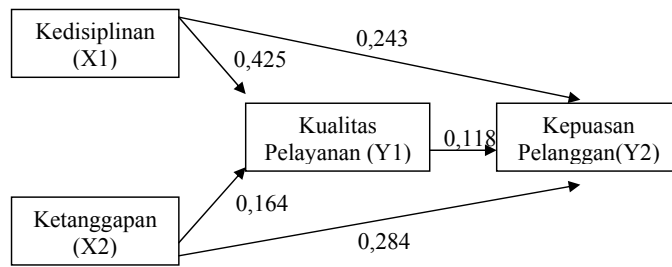
**Gambar 3**  
**Model Regresi Tahap 2**



**Table 9.**  
**Nilai Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Kedisiplinan → Kualitas Pelayanan	0,425	0,000	0,425		0,440
Ketanggapan → Kualitas Pelayanan	0,164	0,000	0,164		0,413
Kedisiplinan → Kepuasan Pelanggan	0,243	0,000	0,243	$0,425 \times 0,118 = 0,050$	0,293
Ketanggapan → Kepuasan Pelanggan	0,284	0,000	0,284	$0,164 \times 0,118 = 0,019$	0,303
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0,118	0,000	0,118		0,157

**Gambar 4.**  
**Model Regresi Dengan Variabel Intervening**

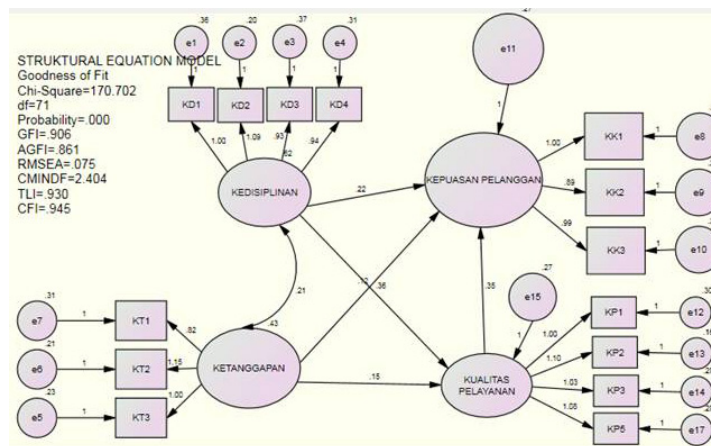


Dari hasil *path analysis* maka dapat diberikan analisa sebagai berikut :

1. Pengaruh langsung dari Model Regresi Tahap 1 dan Tahap 2 menunjukkan tingkat signifikansi dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan dari semua variabel independen dan variabel intervening terhadap variabel dependen. Jika ada salah satu model yang tidak signifikan maka model tidak dapat digunakan dalam penelitian.
2. Kedisiplinan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sebesar 0,243 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,050. Dengan demikian terbukti bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel intervening positif. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kedisiplinan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai *variabel intervening* (H6).
3. Ketanggapan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sebesar 0,284 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,019. Dengan demikian terbukti bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel intervening positif. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ketanggapan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai *variabel intervening* (H7).

**4.4.4. Hasil Uji Kecocokan Model**

**Gambar 5.**  
**Struktural Equation Model**



**Tabel 10. Goodness of Fit Model Penelitian**

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Index Cut-Off</i>	<i>Value Hasil Uji</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Chi-Square</i>	$> 0,05$	170,702	Baik
Derajat Bebas (DF)	Positif	71	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,075	Baik
CMIN/DF	$\leq 3$	2,404	Baik
GFI	$\geq 0,9$	0,906	Baik
AGFI	$\geq 0,9$	0,861	Moderat

Ukuran kecocokan model penelitian dapat dilihat pada tabel diatas yang menunjukkan cukup baik untuk diinterpretasi, sehingga model dapat dikatakan cocok untuk dianalisis lebih lanjut

#### **4.5. Pembahasan**

##### **4.5.1. Pengaruh Kedisiplinan terhadap Kualitas Pelayanan (H1)**

Dari perhitungan dengan Uji t statisitk diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa kedisiplinan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan hotel di Kabupaten Semarang. Pengaruh yang kuat ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kedisiplinan karyawan hotel di Kabupaten Semarang telah berhasil meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung hotel . Jadi jika karyawan hotel mampu menyelesaikan pekerjaan dengan teratur dan tepat waktu, selalui mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh manajemen hotel, melayani pelanggan hotel dengan sungguh – sungguh, mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas pekerjaan secara berkelanjutan maka akan berdampak pada peningkatan kualitas pelayanan hotel di Kabupaten Semarang.

##### **4.5.2. Pengaruh Ketanggapan terhadap Kualitas Pelayanan (H2)**

Dari perhitungan dengan Uji t statisitk diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa ketanggapan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan hotel di Kabupaten Semarang. Pengaruh ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai ketanggapan karyawan hotel di Kabupaten Semarang telah berhasil meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pengunjung hotel. Jadi jika karyawan hotel senantiasa menawarkan fasilitas hotel kepada pengunjung sehingga mereka dengan mudah memanfaatkan fasilitas hotel, karyawan selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan meminimalkan antrian atau waktu tunggu pelayanan, karyawan dengan sigap menangani keluhan pengunjung walaupun mereka sibuk dengan pekerjaannya maka akan berdampak pada peningkatan kualitas pelayanan hotel di Kabupaten Semarang.

##### **4.5.3. Pengaruh Kedisiplinan Terhadap Kepuasan Pelanggan (H3)**

Dari perhitungan dengan Uji t statisitk diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,00$ . Hal ini menyatakan bahwa kedisiplinan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang. Pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kedisiplinan karyawan hotel di Kabupaten Semarang telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan hotel . Jadi jika manajemen

hotel mampu menegakkan dan meningkatkan kedisiplinan kepada karyawannya dengan selalu memantau kedisiplinan karyawan dalam bekerja atau melayani pelanggan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang. Kepuasan pelanggan semakin meningkat karena segala kebutuhan dan harapannya dapat terpenuhi, kinerja karyawan hotel yang dapat melayani sesuai kebutuhan pelanggan dan pengelolaan manajerial seperti SOP dan SIM dapat berjalan dengan baik dan memuaskan pelanggan.

#### **4.5.4. Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan (H4)**

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,049 < 0,00$ . Hal ini menyatakan bahwa ketanggapan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai ketanggapan karyawan hotel di Kabupaten Semarang telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan hotel. Jadi jika manajemen hotel mampu meningkatkan ketanggapan karyawannya dalam melayani pelanggan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang.

#### **4.5.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (H5)**

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang. Pengaruh yang kuat ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kualitas pelayanan hotel di Kabupaten Semarang telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan. Jadi jika manajemen hotel mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan seperti meningkatkan ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan karyawan, kelengkapan sarana – dan prasarana, kemudahan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan, karyawan mampu mengembangkan variasi dalam pelayanan, melayani pelanggan seperti melayani dirinya sendiri dan kenyamanan pelanggan dalam memperoleh pelayanan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

#### **4.5.6. Pengaruh Kedisiplinan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (H6)**

Kedisiplinan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi dibawah  $0,05$  sebesar  $0,243$  dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar  $0,050$ . Kualitas pelayanan dapat merupakan variabel intervening positif antara pengaruh kedisiplinan terhadap kepuasan pelanggan. Intervening positif ini menunjukkan bahwa manajer hotel selain meningkatkan kedisiplinan karyawan juga harus memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan semakin meningkat. Oleh karena itu kedisiplinan karyawan dan kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan merupakan dua hal yang tidak terpisahkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang.



#### **4.5.7. Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (H7)**

Ketanggapan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sebesar 0,284 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,019. Kualitas pelayanan dapat merupakan variabel intervening positif antara pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan. Intervening positif ini menunjukkan bahwa manajer hotel selain meningkatkan ketanggapan karyawan juga harus memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan semakin meningkat. Oleh karena itu ketanggapan karyawan dan kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan merupakan dua hal yang tidak terpisahkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan hotel di Kabupaten Semarang.

### **6. Simpulan Dan Saran**

#### **6.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kedisiplinan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.
2. Ketanggapan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.
3. Kedisiplinan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Ketanggapan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Kualitas pelayanan dapat merupakan variabel intervening positif antara pengaruh kedisiplinan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Kualitas pelayanan dapat merupakan variabel intervening positif antara pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **6.2. Saran**

1. Manajer hotel di Kabupaten Semarang secara keseluruhan harus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memperbaiki kedisiplinan dan ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan dengan cara menegakkan peraturan dengan memberikan sanksi jika karyawan tidak disiplin dalam bekerja. Kualitas pelayanan karyawan perlu ditingkatkan dengan mengirimkan karyawan dalam kegiatan pelatihan atau seminar, atau membiayai karyawan untuk mengikuti sertifikasi profesi / kompetensi di bidang perhotelan yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
2. Pihak manajemen hotel juga harus mengikuti sertifikasi klasifikasi melalui lembaga sertifikasi dari PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia). Dengan telah memiliki sertifikasi maka hotel telah menerapkan standar pelayanan yang harus diberikan kepada tamu hotel. Dalam hal baik perbaikan sistem manajerial diperlukan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan dan SIM (Sistem Informasi Manajemen) yang dapat diakui secara nasional maupun internasional karena Kabupaten Semarang merupakan tujuan wisata utama di Jawa Tengah.

## Daftar Pustaka

- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan. Penganalisisan Dengan SPSS*. Jakarta.: PT. Gramedia Pustaka Utama. Engkoswara.
- Arinta, Kustadi 2003. *Kebijakan Kinerja Karyawan, Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Menjelang Perdagangan Bebas Dunia*. BPFE. Jogjakarta
- Arnould, P., and Zinkhan. 2002. *Consumer satisfaction*. New York: The McGraw-Hill Companies,614-653.
- Aryani D. dan Rosinta F. 2010.Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas. *Bisnis dan BirokrasiJurnal Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol 17 No 2, p. 114-126
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. 2006. *Business Research Methods(9th ed.)*. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gronroos, C. 2000. *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. Second edition. Chichester: JohnWiley & Sons. Ltd.
- Helmi, Avin Fadilla, 2006, Disiplin Kerja. *Buletin Psikologi*, Tahun IV, Nomor 2, Desember. Edisi Khusus Ulang Tahun XXXII.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C.,and Wright., L. 2002. *Principles of service marketing and management*. New Jersey:Pearson Education, Inc.
- Palilati, Alida. (2007). Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan perbankan di Sulawesi Selatan.*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 1, 73-81.Maret 2007.Retrieved August 28, 2008.
- Raminto, dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: PustakaPelajar.

- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Samuel, Hatane. 2006. Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1. No 2 . p.57 <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/16534>
- Sastrohadiwiryono, Siswanto. 2005, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*, edisi 2, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2000. *Metode Penelitian*, Jakarta: Survey LP3ES
- Solimun. 2002. *Analisis Data Statistika: Metode Kuantitatif Untuk Ekonomi*. Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya
- Sureshchandar, G.S., Chandrasekharan Rajendran and R.N. Anantharaman. 2002. The relationship between service quality and customer satisfaction-a factor specific approach. *The Journal of Services Marketing*. Santa Barbara. Vol. 16. Iss. 4. p.363-390 <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=246322581&sid=6&Fmt=4&clientId=72459&RQT=309&VName=PQD>
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet
- Sukmadinata, Nana. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryabrata, Sumadi. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- <http://semarangkab.bps.go.id/>
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.