

Analisis Pengaruh Ketanggapan Karyawan, Empati Karyawan Dan Kehandalan Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Guest House Griya Bougenville Semarang)

Krisna Harimurti, Sugiarto¹

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence of employee responsiveness, employee empathy, and employee reliability to service quality. Service quality can influence to consumer trust. The population used in this study is the guest in Griya Bougenville who ever live in there or more than once times.

Samples in this study were 100 respondents and the techniques used are non-probability sampling technique with Accidental Sampling approach. The researcher use validity test, reliability test, linier regression analysis, and hypothesis test supported by SPSS computer program version 17. Independent variables are employee responsiveness, employee empathy, and employee reliability. Intervening variable is service quality, and dependent variable is consumer trust.

The result of research showed that employee responsiveness, employee empathy, and employee reliability have positive and significant impact on service quality. Service quality have positive and significant impact to Consumer Trust.

Keywords: consumer trust, service quality, employee responsiveness, employee empathy, employee reliability

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha di Indonesia merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diperhatikan. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk bersaing memperebutkan pasar yang sudah ada maupun menciptakan pasar baru dengan berbagai inovasi dan strategi yang dilakukan. Begitu juga pada bisnis di bidang pariwisata. Pariwisata merupakan industri jasa yang keberadaannya dibutuhkan oleh wisatawan yang hendak berkunjung dan menetap sementara di daerah yang akan dikunjungi. Akomodasi merupakan salah satu industri jasa yang menunjang kepariwisataan dan sangat penting keberadaannya. Adapun yang merupakan bentuk dari akomodasi tersebut adalah hotel dan guest house. Griya Bougenville adalah salah satu guest house yang memiliki letak strategis di sebelah barat jantung Kota Semarang.

Menurut Kotler (2000) jasa didefinisikan sebagai tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang secara fisik tidak berwujud (*intangible*) dan tidak memberikan kepemilikan apapun. Dalam bisnis di bidang jasa khususnya pariwisata seperti guest house, faktor kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan bisnis ini. Menurut Tjiptono (2004) pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan pelayanan pada konsumen dengan lebih matang melalui kualitas pelayanan yang baik. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan muncul kepercayaan konsumen sehingga bisnis dapat terus berkembang. Untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik tidak lepas dari faktor-faktor yang mendukung seperti ketanggapan karyawan, empati karyawan dan kehandalan karyawan yang merupakan dimensi dari kualitas pelayanan.

¹ Penulis penanggung jawab

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

1. Hubungan antara Ketanggapan Karyawan dan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sihombing (2009) terdapat hubungan antara ketanggapan dengan kualitas pelayanan, dimana ketanggapan karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Semakin baik persepsi konsumen terhadap ketanggapan karyawan perusahaan maka kualitas pelayanan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap ketanggapan karyawan buruk maka kualitas pelayanan juga akan semakin rendah.

Hal ini dapat dilihat dari kecepatan dan ketepatan dalam mengenali kebutuhan pengguna layanan atau konsumen, kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Sihombing (2009) menambahkan dengan demikian artinya ada rasa bertanggung jawab dari karyawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

H1 : Ketanggapan Karyawan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pada Guest House Griya Bougenville.

2. Hubungan antara Empati Karyawan dan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2012) hubungan antara empati karyawan dengan kualitas pelayanan adalah empati karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap empati karyawan maka kualitas pelayanan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap kepedulian atau empati yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kualitas pelayanan juga akan semakin rendah.

Purwanto (2012) juga mengungkapkan peningkatan faktor empati atau perhatian yang memiliki indikator karyawan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menghubungi apabila membutuhkan bantuan, memahami kebutuhan konsumen, perhatian secara personal akan mampu menambah tingkat kualitas pelayanan.

Parasuraman dalam Pei, Akbar dan David (2005) juga menjelaskan tentang dimensi empati yang terdiri dari:

- a) Memberikan Perhatian secara individu kepada tamu atau konsumen
- b) Karyawan yang memperlakukan tamu dengan penuh perhatian
- c) Karyawan yang mengerti kebutuhan tamu

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

H2 : Empati Karyawan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pada Guest House Griya Bougenville.

3. Hubungan antara Keandalan Karyawan dan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sihombing (2009) hubungan antara keandalan karyawan dengan kualitas pelayanan adalah keandalan karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Semakin baik persepsi konsumen terhadap keandalan karyawan pada perusahaan maka kualitas pelayanan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap keandalan karyawan buruk maka kualitas pelayanan juga akan semakin rendah.

Menurut Parasuraman dalam Pei, Akbar dan David (2005) adapun yang termasuk dimensi keandalan (*reliability*) yaitu :

- a) Menyediakan Pelayanan yang telah dijanjikan
- b) Penanganan pelanggan yang dapat diandalkan
- c) Memberikan pelayanan yang benar pada waktu pertama kali
- d) Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan
- e) Memberikan informasi kepada tamu kapan pelayanan akan diberikan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

H3: Keandalan Karyawan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan pada Guest House Griya Bougenville.

4. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen

Morgan dan Hunt (1994) dalam Setiawan dan Ukudi (2007) mengemukakan persepsi terhadap kualitas layanan dimasa lalu yang intensitasnya tinggi atau sering dan berkualitas tinggi akan menghasilkan kepercayaan yang bertambah besar. Berkualitas tinggi dalam hal ini dimaksudkan sebagai relevan, tepat waktu dan dapat dipercaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ali Syafiq (2010) hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan konsumen adalah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka kepercayaan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan buruk maka kepercayaan konsumen juga akan semakin rendah.

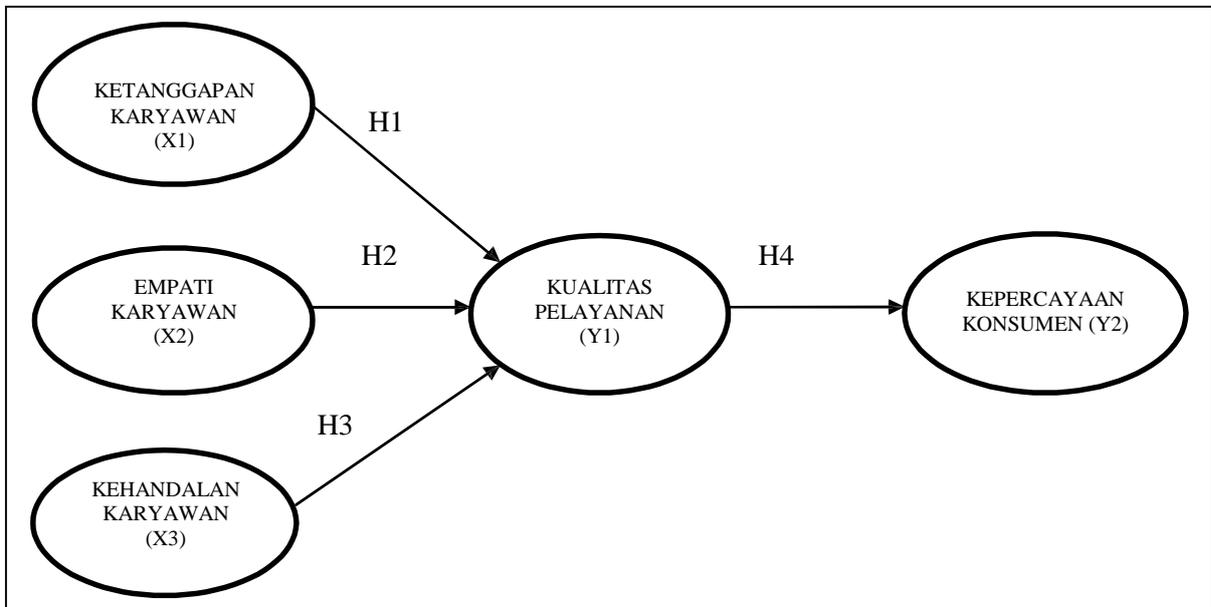
Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

H4 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen pada Guest House Griya Bougenville.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Dari hasil rangkuman atau telaah jurnal yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan: Pertama, ketanggapan karyawan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perusahaan. Karyawan yang tanggap dan memiliki inisiatif sangat dibutuhkan oleh perusahaan guna menciptakan pelayanan yang berkualitas bagi konsumen. Kedua, adanya hubungan antara empati karyawan dengan kualitas pelayanan. Karyawan yang memiliki perhatian, kepedulian dan pengertian terhadap konsumen merupakan cikal bakal terciptanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu perusahaan. Ketiga, kehandalan karyawan mempengaruhi kualitas pelayanan. Kehandalan karyawan dibutuhkan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan serta keterampilan karyawan dalam melayani konsumen yang datang. Dan yang keempat, kualitas pelayanan mempengaruhi kepercayaan konsumen. Apabila terdapat kualitas pelayanan yang baik, maka akan menumbuhkan kepercayaan dari konsumen untuk selalu menggunakan jasa perusahaan.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Sihombing (2009), Purwanto (2012) dan Ali Syafiq (2010) yang dimodifikasi oleh penulis dalam penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Populasi

Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah konsumen dari Griya Bougenville yang pernah atau sudah beberapa kali berkunjung atau menginap di guest house tersebut. Populasi sendiri jumlahnya tidak dapat dihitung secara pasti.

Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Dengan kata lain konsumen-konsumen yang datang dan menginap di Griya Bougenville. Data dari kuesioner diisi oleh konsumen atau tamu yang ditemui secara kebetulan baik yang sedang atau telah berkali-kali menginap di Guest House Griya Bougenville.

Metode Analisis Data

1. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif berbentuk penjabaran non statistik dengan penalaran yang didasarkan pada teori yang berhubungan dengan masalah yang sedang dianalisis. Data kualitatif berupa informasi, uraian yang kemudian dikaitkan dengan data-data lainnya untuk memperjelas suatu kebenaran agar diperoleh gambaran baru atau dapat memperkuat gambaran yang telah ada sebelumnya.

2. Analisis Data Kuantitatif

Metode analisis ini suatu metode guna mengukur besarnya pengaruh dari perubahan satu atau beberapa kejadian secara kuantitatif dengan menggunakan alat analisis statistik melalui beberapa tahap, yang meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil. *SPSS* adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows, Ghozali (2011). Adapun alat analisis yang digunakan antara lain :

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011) uji validitas (uji kevalidan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Kriteria pengambilan keputusan untuk validitas adalah ditentukan apabila nilai r hitung yang dinyatakan dengan nilai *Corrected Item Tota Correation* $> r$ tabel pada $df = n - 2$ dan $\alpha = 0,05$ maka indikator dikatakan valid atau sah. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $> r$ tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid, Ghozali (2011).

Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Ghozali (2011). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$ menurut Ghozali (2011).

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak dimana model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat *normal probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Kriteria pengambilan keputusan adalah Jika penyebaran data pada grafik normal P-P Plot mengikuti garis normal (45 derajat), maka data berdistribusi normal. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis normalnya, Ghozali (2011).

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah :

- Jika data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas, Ghozali (2011). Multikolinearitas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF < 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas, sedangkan untuk nilai *tolerance* > 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi dengan cara melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, Ghozali (2011), yaitu

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y_2 = b_1y_1 + e$$

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi intervening dan variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat, satu variabel intervening dan lebih dari satu variabel bebas.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. nilai yang mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi, Ghazali (2011). Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *adjusted r square* (R^2). nilai *adjusted r square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

5. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan secara parsial dan secara simultan. Pengujian secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. Pengujian signifikansi dengan uji t digunakan untuk melihat bagaimana variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat. Untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan dengan uji Uji t (Uji Parsial). Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh manajemen merek, kesadaran merek, dan citra merek terhadap kinerja perusahaan melalui loyalitas merek sebagai variabel intervening.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	R	r table	Keterangan
1	Ketanggapan Karyawan			
	Indikator 1	0,925	0,197	Valid
	Indikator 2	0,894	0,197	Valid
2	Empati Karyawan			
	Indikator 1	0,870	0,197	Valid
	Indikator 2	0,884	0,197	Valid
3	Kehandalan Karyawan			
	Indikator 1	0,888	0,197	Valid
	Indikator 2	0,867	0,197	Valid
4	Kualitas Pelayanan			
	Indikator 1	0,841	0,197	Valid
	Indikator 2	0,876	0,197	Valid
5	Kepercayaan Konsumen			
	Indikator 1	0,861	0,197	Valid
	Indikator 2	0,899	0,197	Valid
5	Kepercayaan Konsumen			
	Indikator 3	0,883	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan hasil uji validitas dari data yang ada menunjukkan bahwa semua item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner memiliki nilai yang valid. Hal ini bisa dilihat dari nilai R lebih besar dari 0,197.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Ketanggapan Karyawan	0,845	Reliabel
Empati Karyawan	0,856	Reliabel
Kehandalan Karyawan	0,797	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,838	Reliabel
Kepercayaan Konsumen	0,855	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2013

Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

Uji Normalitas

Pada grafik *normal probability plot of regresison standardized* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Pengujian Multikolinearitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Analisis Regresi

Dari hasil analisis regresi dapat ditulis persamaan regresi dalam bentuk *standardized coefficient* sebagai berikut :

$$Y_1 = 0.196 X_1 + 0.276 X_2 + 0.327 X_3$$

$$Y_2 = 0,530 Y_1$$

Pada model 1 menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk semua variabel adalah positif. Berdasarkan nilai koefisien *standardized* dari model regresi diperoleh bahwa variabel Kehandalan Karyawan memiliki nilai koefisien regresi yang paling besar. Hal ini berarti menunjukkan bahwa variabel Kehandalan Karyawan merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap Kualitas Pelayanan.

Dari model 2 menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah positif terhadap variabel Kepercayaan Konsumen. Hal ini berarti menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan konsumen.

Hasil Uji F

Pada Model 1 dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai F sebesar 13,314 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai sig F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Ketanggapan Karyawan, Empati Karyawan dan Keandalan Karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas Pelayanan.

Pada Model 2 dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai F sebesar 38,229 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai sig F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen.

Hasil Uji Determinasi

Pada Model 1 dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,272. Hal ini berarti 27,2% Kualitas Pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel Ketanggapan Karyawan, Empati Karyawan dan Keandalan Karyawan. Sementara 72,3% Kualitas Pelayanan dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Pada Model 2 dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,273. Hal ini berarti 27,3% Kepercayaan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, dan 72,7% Kepercayaan Konsumen dapat dijelaskan dari variabel lain selain Kualitas Pelayanan.

Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)

1) Variabel Ketanggapan Karyawan

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel Ketanggapan Karyawan diperoleh nilai koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai t hitung = 2,268 dengan tingkat signifikansi 0,026. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi 0,026 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Ketanggapan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan yang berarti bahwa Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa Ketanggapan Karyawan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Semakin baik Ketanggapan Karyawan yang diberikan akan semakin tinggi pula Kualitas Pelayanan kepada pelanggan.

2) Variabel Empati Karyawan

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel Empati Karyawan diperoleh nilai koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai t hitung = 3,108 dengan tingkat signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi 0,002 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Empati Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Kualitas pelayanan yang berarti bahwa Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa Empati Karyawan dalam pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Semakin baik Empati Karyawan akan semakin tinggi pula Kualitas Pelayanan.

3) Variabel Keandalan Karyawan

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel Keandalan Karyawan diperoleh nilai koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai t hitung = 3,670 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Keandalan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan yang berarti bahwa Hipotesis 3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa Keandalan Karyawan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kualitas Pelayanan. Semakin baik Keandalan Karyawan akan semakin baik pula Kualitas Pelayanan.

4.) Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai t hitung = 6,183 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen yang berarti bahwa Hipotesis 4 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Semakin baik Kualitas Pelayanan yang diperoleh akan semakin tinggi pula Kepercayaan Konsumen.

KESIMPULAN

1. Menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh variabel ketanggapan karyawan melalui variabel kualitas pelayanan dengan hasil analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik ketanggapan karyawan pada perusahaan jasa maka akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut di mata konsumen. Pihak Guest House Griya Bougenville tentunya akan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan penginapan dimana dengan adanya ketanggapan karyawan yang baik dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya akan meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Chandra Sihombing (2009) bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Serta penelitian Haryono Ali Syafiq (2010) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen.
2. Menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh variabel empati karyawan melalui variabel kualitas pelayanan dengan hasil analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi empati yang dimiliki oleh karyawan, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Purwanto (2012) bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dan penelitian Haryono Ali Syafiq (2010) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Pihak Griya Bougenville berusaha meningkatkan rasa empati dari karyawannya. Hal tersebut dimaksudkan untuk lebih meningkatkan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan tamu yang menginap untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa dari Guest House Griya Bougenville sehingga kepercayaan dari konsumen atau tamu akan ikut meningkat.
3. Menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh variabel kehandalan karyawan melalui variabel kualitas pelayanan dengan hasil analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kehandalan yang dimiliki oleh karyawan, maka akan semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Chandra Sihombing (2009) bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dan penelitian Haryono Ali Syafiq (2010) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Pihak Griya Bougenville berusaha meningkatkan kehandalan dari karyawannya. Hal tersebut dimaksudkan untuk lebih meningkatkan kemampuan, pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki karyawan guna memenuhi kebutuhan para tamu yang menginap agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa dari Guest House Griya Bougenville sehingga menciptakan kepercayaan dari tamu atau konsumen yang menginap.

KETERBATASAN

Pada model 1 kemampuan variabel independen ketanggapan karyawan (X_1), empati karyawan (X_2) dan kehandalan karyawan (X_3) untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen kualitas pelayanan adalah sebesar 27,2% dan selebihnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh.

Pada model 2 kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepercayaan konsumen adalah sebesar 27,3% dan selebihnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh.

Selain itu, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh ketanggapan karyawan, empati karyawan dan kehandalan karyawan terhadap kualitas pelayanan serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen pada Guest House Griya Bougenville Semarang. Hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasi pada kasus lain diluar obyek penelitian untuk wilayah selain Semarang.

REFERENSI

- Ali Syafiq, Haryono. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomspeedy dengan Metode *Structural Equation Modeling*". Thesis.
- Chandra Sihombing. 2009. Analisis Faktor Determinan Kualitas Pelayanan Sampah di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol.VI, Maret.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fandy Tjiptono. 2004. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta. Bumi Aksara.
- Morgan, Robert M. & Shelby D. Hunt. 1994. The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, July.
- Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September.
- Pei, M. L., Akbar A. K., dan David, Y. G. F. 2005. Service Quality: A Study of the Luxury Hotels in Malaysia. *The Journal of American Academy of Business*. Cambridge.
- Purwanto. 2012. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pengurusan Sertipikasi Tanah di Kantor Pertanahan Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmu Manajemen. REVITALISASI*, Vol. 1, Nomor 1, Juni 2012.