

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP
MENGUNAKAN KAMAR TIPE *DELUXE*
PADA HOTEL GAJAHMADA PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH:

YUDHA ATMAJA
NIM. 131310714



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2018**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur ke hadirat Allah SWT sang Maha Pencipta yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan izin-Nya skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Menggunakan Kamar Tipe *Deluxe* Pada Hotel Gajahmada Pontianak**” ini dapat diselesaikan. Tidak lupa shalawat dan salam dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan umat manusia dalam menempuh dan meraih kebahagiaan dunia akhirat. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan sekaligus selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan motivasi kepada penulis sampai penelitian ini selesai.
3. Ibu Sumiyati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan motivasi kepada penulis sampai penelitian ini selesai.

4. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan dan Staf Hotel Gajahmada Pontianak yang telah membantu penulis dalam menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberikan semangat, bantuan moril dan materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak Angkatan 2013, dan juga kakak senior serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga amal baik dari semuanya mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan tentunya masih belum sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi kesempurnaan skripsi ini.

Pontianak, Maret 2018
Penulis,

YUDHA ATMAJA
NIM. 131310714

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menginap menggunakan kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan atau menginap di kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak, dengan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive* sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji kelayakan model (uji F).

Hasil perhitungan regresi linier sederhana diperoleh persamaan yaitu $\hat{Y} = 1,330 + 0,666X$. Hasil koefisien korelasi diperoleh nilai R sebesar 0,732, nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel keputusan konsumen adalah kuat. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,536, hal ini berarti bahwa 53,6% ($1 \times 0,536 \times 100\%$) keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 46,4% ($100 - 53,6$) keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen menginap yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen, Hotel Gajahmada Pontianak

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	11
C. Pembatasan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Metode Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran.....	24
B. Jasa	25
C. Kualitas Pelayanan	26
D. Keputusan Pembelian Konsumen.....	29
E. Hotel	34
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Perusahaan	38
B. Visi dan Misi Perusahaan	38
C. Struktur Organisasi.....	39
D. Aspek Pemasaran.....	51
E. Aspek Sumber Daya Manusia	57

BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Karakteristik Responden	60
	B. Uji Instrumen.....	64
	1. Uji Validitas.....	64
	2. Uji Reliabilitas	66
	C. Uji Normalitas	68
	D. Analisis Regresi Linier Sederhana	69
	E. Koefisien Korelasi (R).....	70
	F. Koefisien Determinasi (R^2)	70
	G. Uji Kelayakan Model	70
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	72
	B. Saran	73
	DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hotel di Kota Pontianak	3
Tabel 1.2	Tipe, Jumlah dan Harga Kamar.....	5
Tabel 1.3	Jumlah Kamar Yang Tersedia dan Kamar Yang Terjual	6
Tabel 1.4	<i>Room Occupation Rate</i> (ROR).....	7
Tabel 1.5	Jumlah Pendapatan.....	8
Tabel 1.6	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	21
Tabel 2.1	Kriteria Mutlak Standar Hotel Bintang	36
Tabel 3.1	Jumlah Karyawan.....	58
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Usia Responden.....	61
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	61
Tabel 4.4	Status Perkawinan Responden	62
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.6	Penghasilan Per Bulan Responden.....	63
Tabel 4.7	Frekuensi Menginap Responden	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	64
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen (Y)	67
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Korelasi	70

Tabel 4.15 Hasil Uji Kelayakan Model.....	71
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	14
Gambar 2.1	Empat Tipe Perilaku Pembelian	30
Gambar 2.2	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	32
Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2	Karakteristik Responden	81
Lampiran 3	Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan	85
Lampiran 4	Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	87
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	89
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen.....	91
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	92
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen	93
Lampiran 9	Hasil Uji Normalitas.....	94
Lampiran 10	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana.....	95
Lampiran 11	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	96
Lampiran 12	Hasil Uji Kelayakan Model.....	97
Lampiran 13	Tabel Nilai r <i>Product Moment</i>	98
Lampiran 14	Tabel Distribusi F Probabilita = 0,05	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya bisnis perhotelan tentu sangat berpengaruh bagi Indonesia, di mana begitu banyak jenis dan tipe hotel dari berbagai daerah terus menyemarakkan pasar bisnis perhotelan. Indonesia merupakan pasar yang cukup potensial, mengingat untuk berkunjung dari daerah satu ke daerah lain di wilayah Indonesia setiap orang tentunya harus menempuh jarak yang cukup jauh dengan menggunakan berbagai macam moda transportasi, sehingga harus menginap. Terlebih Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang menjadi tujuan destinasi wisata di dunia. Tentunya hal ini menjadi peluang bagi para pelaku bisnis perhotelan di Indonesia untuk dapat memanfaatkan kesempatan dalam meningkatkan volume penjualan kamar.

Pemasaran akan efektif dalam penerapannya ketika volume penjualan terhadap kamar mengalami peningkatan setiap tahun. Oleh sebab itu, prinsip pelayanan prima terhadap konsumen harus selalu diutamakan. Pemahaman terhadap tingkah laku konsumen serta memenuhi keinginan konsumen melalui pelayanan yang baik, cara berkomunikasi yang santun dan pemberian informasi yang jelas dan lengkap merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam memutuskan untuk memanfaatkan fasilitas kamar yang ditawarkan oleh hotel. Segala sesuatu yang dipaparkan tersebut tentu bermuara pada kualitas pelayanan dari pihak hotel.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan.

Dalam persaingan bisnis sekarang ini, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan dengan hotel. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan pihak hotel untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Kualitas jasa yang unggul dan konsisten akan memberikan berbagai manfaat, seperti hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kebutuhan dan keinginan cenderung mudah berubah, tingkat pertumbuhan relatif cepat. Dampak perubahan tersebut mengakibatkan semakin rumit terhadap pemilihan jasa, termasuk industri perhotelan. Perilaku konsumen dapat berpengaruh pada proses keputusan konsumen memilih suatu barang atau jasa yang akan dipilihnya. Dalam usaha perhotelan proses keputusan konsumen dibuktikan dari keputusan untuk menginap di hotel tersebut.

Semakin berkembangnya geliat perekonomian dan bisnis di berbagai bidang yang ada di Kota Pontianak, menyebabkan banyak orang-orang dari luar Kalimantan Barat, bahkan dari luar Indonesia yang datang ke Kota Pontianak, baik untuk urusan bisnis, tugas kerja dan melakukan investasi. Fenomena ini tentunya memberikan peluang bagi pelaku bisnis perhotelan untuk meningkatkan penjualan kamarnya.

Sebagian besar hotel yang ada di Kota Pontianak adalah hotel-hotel kelas melati sampai dengan hotel-hotel berbintang. Belakangan ini, di Kota Pontianak bermunculan hotel-hotel baru yang berklasifikasi bintang, mulai dari bintang satu sampai bintang empat. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis yang sudah lama berkecimpung di dunia perhotelan untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan prima kepada para pengunjung, agar tidak kalah bersaing dengan hotel-hotel baru yang tentunya memiliki bangunan, kamar-kamar maupun fasilitas hotel dengan konsep kekinian yang lebih modern dan memanjakan para pengunjung. Berikut data hotel yang ada di Kota Pontianak :

Tabel 1.1
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pontianak
Hotel di Kota Pontianak
Tahun 2017

No.	Nama Hotel	Klasifikasi Bintang	Jumlah Kamar
1.	Hotel <i>Mercure</i>	Bintang 4	265
2.	Hotel <i>Aston</i> Pontianak	Bintang 4	155
3.	Hotel <i>Golden Tulip Essential</i>	Bintang 4	186
4.	Hotel <i>Harris</i> Pontianak	Bintang 4	151
5.	Hotel <i>Grand</i> Mahkota	Bintang 4	105
6.	Hotel Gajahmada Pontianak	Bintang 3	110
7.	Hotel <i>Avara</i>	Bintang 3	109
8.	Hotel <i>Orchard</i> Gajahmada	Bintang 3	228

Tabel 1.1
(Lanjutan)

9.	Hotel <i>Orchard A Yani</i>	Bintang 3	156
10.	Hotel <i>Kini</i>	Bintang 3	156
11.	Hotel <i>Santika</i>	Bintang 3	129
12.	Hotel <i>Kapuas Palace</i>	Bintang 3	173
13.	Hotel <i>Best Western</i>	Bintang 3	137
14.	Hotel <i>Transera Pontianak</i>	Bintang 3	133
15.	Hotel <i>Star</i>	Bintang 3	50
16.	Hotel <i>Garuda</i>	Bintang 3	40
17.	Hotel <i>Kapuas Dharma</i>	Bintang 2	170
18.	Hotel <i>G</i>	Bintang 2	45
19.	Hotel <i>Merpati</i>	Bintang 2	173
20.	Hotel <i>Grand Kartika</i>	Bintang 1	91
21.	Hotel <i>Grand</i>	Bintang 1	46

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pontianak, 2017

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2017 di Kota Pontianak terdapat 21 hotel berbintang mulai dari bintang satu sampai dengan bintang empat. Hotel yang berklasifikasi bintang satu ada 2, hotel yang berklasifikasi bintang dua ada 3, hotel yang berklasifikasi bintang tiga ada 11 dan hotel yang berklasifikasi bintang empat ada 5.

Hotel Gajahmada Pontianak didirikan pada Tanggal 4 Juli 1998 yang berlokasi di Jalan Gajahmada No. 177-183 Pontianak. Bapak Herman Salim merupakan pendiri sekaligus pimpinan Hotel Gajahmada Pontianak. Hotel Gajahmada Pontianak merupakan salah satu hotel bintang 3 yang ada di Kalimantan Barat. Hotel ini letaknya sangat strategis karena tepat di pusat kota dan dekat dengan area komersial dan bisnis. Hotel ini berjarak 15 menit berkendara dari *Mega Mall* Pontianak dan 30 menit dari Bandara Supadio.

Hotel ini menawarkan layanan kontemporer dan perhotelan ramah, dirancang untuk memenuhi semua kebutuhan para tamu untuk menikmati hak istimewa yang diperlukan dan untuk akomodasi tak terlupakan di Pontianak.

Hotel Gajahmada Pontianak juga menawarkan fasilitas dan layanan, seperti fasilitas kamar yang lengkap, layanan kamar 24 jam, restoran, *bar, live music, meeting room, spa, sauna, fitness center, hotspot*, taksi, penyewaan mobil, layanan binatu, dan fasilitas maupun layanan lainnya. Sama halnya dengan hotel pada umumnya, hotel ini tentunya bertujuan meningkatkan penjualan kamar dan fasilitas hotel sehingga dapat meningkatkan laba yang dicapainya. Berikut data harga kamar berdasarkan tipe kamar yang ada di Hotel Gajahmada Pontianak :

Tabel 1.2
Hotel Gajahmada Pontianak
Tipe, Jumlah dan Harga Kamar
Tahun 2017

No.	Tipe Kamar	Jumlah kamar	Harga Kamar (Rp.)
1.	<i>Moderate</i>	4	408.000
2.	<i>Superior Double</i>	16	488.000
3.	<i>Standard Double</i>	6	464.000
4.	<i>Superior Bisnis</i>	7	520.000
5.	<i>Superior Lady</i>	1	520.000
6.	<i>Deluxe</i>	38	568.000
7.	<i>Gajahmada Suite</i>	1	1.392.000
8.	<i>Junior Suite</i>	4	848.000
9.	<i>Executive</i>	12	704.000
10.	<i>Superior Twin</i>	16	488.000
11.	<i>Family Suite</i>	2	1.120.000
12.	<i>Deluxe Twin</i>	2	568.000
13.	<i>Pontianak Suite</i>	1	1.244.000

Sumber: Hotel Gajahmada Pontianak, 2017

Dalam 3 tahun terakhir harga kamar di Hotel Gajahmada Pontianak tidak mengalami kenaikan atau penurunan harga.

Jumlah kamar yang tersedia dan kamar yang terjual pada Hotel Gajahmada Pontianak Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016 disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.3
Hotel Gajahmada Pontianak
Jumlah Kamar Yang Tersedia Dan Kamar Yang Terjual
Tahun 2014 – 2016

No.	Tipe Kamar	2014		2015		2016	
		Kamar Yang Tersedia	Kamar Yang Terjual	Kamar Yang Tersedia	Kamar Yang Terjual	Kamar Yang Tersedia	Kamar Yang Terjual
1.	<i>Moderate</i>	1.460	221	1.460	108	1.464	128
2.	<i>Superior Double</i>	5.840	3.946	5.840	3.255	5.856	3.288
3.	<i>Standard Double</i>	2.190	995	2.190	434	2.196	519
4.	<i>Superior Bisnis</i>	2.555	1.587	2.555	1.194	2.562	1.131
5.	<i>Superior Lady</i>	365	9	365	52	366	91
6.	<i>Deluxe</i>	13.870	6.822	13.870	4.059	13.908	4.373
7.	<i>Gajahmada Suite</i>	365	79	365	28	366	26
8.	<i>Junior Suite</i>	1.460	254	1.460	102	1.464	134
9.	<i>Executive</i>	4.380	1.157	4.380	285	4.392	508
10.	<i>Superior Twin</i>	5.840	4.220	5.840	3.280	5.856	3.099
11.	<i>Family Suite</i>	730	247	730	157	732	193
12.	<i>Deluxe Twin</i>	730	306	730	180	732	226
13.	<i>Pontianak Suite</i>	365	124	365	49	366	33
Jumlah		40.150	19.967	40.150	13.183	40.260	13.749

Sumber: Hotel Gajahmada Pontianak, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa secara umum jumlah kamar yang terjual pada Hotel Gajahmada Pontianak berfluktuasi. Pada Tahun 2014 jumlah kamar yang terjual adalah sebanyak 19.967, pada Tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 33,98% dari Tahun 2014, dan pada Tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 4,29% dari Tahun 2015.

Berikut data *Room Occupation Rate* Hotel Gajahmada Pontianak Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016 :

Tabel 1.4
Hotel Gajahmada Pontianak
Room Occupation Rate (ROR)
Tahun 2014 - 2016

No.	Tipe Kamar	2014	2015	2016
		ROR (%)	ROR (%)	ROR (%)
1.	<i>Moderate</i>	15,14	7,40	8,74
2.	<i>Superior Double</i>	67,57	55,74	56,15
3.	<i>Standard Double</i>	45,43	19,82	23,63
4.	<i>Superior Bisnis</i>	62,11	46,73	44,15
5.	<i>Superior Lady</i>	2,47	14,25	24,86
6.	<i>Deluxe</i>	49,19	29,26	31,44
7.	<i>Gajahmada Suite</i>	21,64	7,67	7,10
8.	<i>Junior Suite</i>	17,40	6,99	9,15
9.	<i>Executive</i>	26,42	6,51	11,57
10.	<i>Superior Twin</i>	72,26	56,16	52,92
11.	<i>Family Suite</i>	33,84	21,51	26,37
12.	<i>Deluxe Twin</i>	41,92	24,66	30,87
13.	<i>Pontianak Suite</i>	33,97	13,42	9,02

Sumber: Hotel Gajahmada Pontianak, 2017

Tabel di atas menunjukkan tingkat hunian kamar (ROR) pada Hotel Gajahmada Pontianak Tahun 2014 sampai dengan 2016. Untuk kamar *Moderate*, *Superior Double*, *Standard Double*, *Superior Lady*, *Deluxe*, *Junior Suite*, *Executive*, *Family Suite*, dan *Deluxe Twin*, ROR pada Tahun 2015 mengalami penurunan dari Tahun 2014, sedangkan ROR pada Tahun 2016 mengalami kenaikan dari Tahun 2015. Untuk kamar *Superior Bisnis*, *Gajahmada Suite*, *Superior Twin*, dan *Pontianak Suite*, ROR pada Tahun 2015 dan 2016 mengalami penurunan dari Tahun 2014.

Berikut jumlah pendapatan dari penjualan kamar pada Hotel Gajahmada Pontianak :

Tabel 1.5
Hotel Gajahmada Pontianak
Jumlah Pendapatan
Tahun 2014 - 2016

No.	Tipe Kamar	Jumlah Pendapatan (Rp)		
		2014	2015	2016
1.	<i>Moderate</i>	90.168.000	44.064.000	52.224.000
2.	<i>Superior Double</i>	1.925.648.000	1.588.440.000	1.604.544.000
3.	<i>Standard Double</i>	461.680.000	201.376.000	240.816.000
4.	<i>Superior Bisnis</i>	825.240.000	620.880.000	588.120.000
5.	<i>Superior Lady</i>	4.680.000	27.040.000	47.320.000
6.	<i>Deluxe</i>	3.874.896.000	2.305.512.000	2.483.864.000
7.	Gajahmada Suite	109.968.000	38.976.000	36.192.000
8.	<i>Junior Suite</i>	215.392.000	86.496.000	113.632.000
9.	<i>Executive</i>	814.528.000	200.640.000	357.632.000
10.	<i>Superior Twin</i>	2.059.360.000	1.600.640.000	1.512.312.000
11.	<i>Family Suite</i>	276.640.000	175.840.000	216.160.000
12.	<i>Deluxe Twin</i>	173.808.000	102.240.000	128.368.000
13.	Pontianak Suite	154.256.000	60.956.000	41.052.000
TOTAL		10.986.264.000	7.053.100.000	7.422.236.000

Sumber: Hotel Gajahmada Pontianak, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pendapatan dari penjualan seluruh kamar pada Hotel Gajahmada Pontianak pada Tahun 2014 sebesar Rp. 10.986.264.000, pada Tahun 2015 jumlah pendapatan mengalami penurunan sebesar 35,80% dari Tahun 2014, dan pada Tahun 2016 jumlah pendapatan mengalami peningkatan sebesar 5,23% dari Tahun 2015.

Dari 13 jenis kamar yang ditawarkan pada Hotel Gajahmada Pontianak penulis akan meneliti konsumen yang menginap atau menggunakan kamar tipe *Deluxe*. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada staff *marketing*, kamar tipe *Deluxe* adalah kamar yang paling banyak diminati oleh konsumen dan pendapatan

dari penjualan kamar tipe *Deluxe* adalah yang paling tinggi dibandingkan kamar lain yang ditawarkan.

Kamar tipe *Deluxe* adalah kamar dengan interior yang menarik secara visual, fasilitas lebih lengkap karena memiliki meja kerja dan ukuran kamarnya lebih luas. Konsep penawaran kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak pada dasarnya sama dengan konsep penawaran kamar dengan tipe yang sama pada hotel-hotel lain di Pontianak, baik dari segi harga, fasilitas, pelayanan dan sebagainya. Sehingga dapat dikatakan dari segi kualitas kamar tipe *Deluxe* yang ditawarkan Hotel Gajahmada Pontianak hampir sama dengan hotel bintang 3 lainnya di Kota Pontianak.

Namun penawaran kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak dalam kurun waktu tiga (3) tahun terakhir ini sedikit mengalami penurunan mengingat terjadinya persaingan dengan hotel-hotel sejenis dengan fasilitas yang sama, sehingga berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh Hotel Gajahmada Pontianak selama Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016.

Pada Tahun 2014 jumlah pendapatan dari penjualan kamar tipe *Deluxe* sebesar Rp. 3.874.896.000, pada Tahun 2015 jumlah pendapatan mengalami penurunan sebesar 40,50% dari Tahun 2014, dan pada Tahun 2016 jumlah pendapatan mengalami peningkatan sebesar 7,74% dari Tahun 2015.

Terjadinya penurunan penjualan kamar dan pendapatan Hotel Gajahmada Pontianak pada Tahun 2015 dikarenakan kurangnya pengunjung dari sektor pemerintahan yang disebabkan oleh adanya Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 6 Tahun 2015 tentang

Pembatasan Pertemuan/Rapat di Luar Kantor untuk Pegawai Negeri Sipil. Untuk sektor swasta, biasanya karyawan-karyawan yang ditugaskan di Kota Pontianak lebih memilih untuk menginap di kantor atau mess kantor. Selain itu, banyak hotel atau penginapan lain di Kota Pontianak sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk menginap.

Pada Tahun 2016 Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 6 Tahun 2015 tentang Pedoman Pembatasan Pertemuan/Rapat di Luar Kantor untuk Pegawai Negeri Sipil telah dicabut. Pihak Hotel Gajahmada Pontianak juga gencar melakukan promosi untuk menarik minat konsumen untuk menginap.

Pada dasarnya dari pihak Hotel Gajahmada Pontianak selalu mengutamakan kualitas pelayanan kepada setiap pengunjungnya. Bahkan untuk beberapa *event* tertentu, Hotel Gajahmada Pontianak menerapkan sistem promo baik untuk penyewaan ruangan maupun penginapan. Sampai sejauh ini tidak ada keluhan dari konsumen berkenaan dengan pelayanan dan fasilitas yang ada di Hotel Gajahmada Pontianak. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi pihak Hotel Gajahmada Pontianak untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanan agar keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Gajahmada Pontianak semakin meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Menggunakan Kamar Tipe *Deluxe* Pada Hotel Gajahmada Pontianak”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian yaitu “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menginap menggunakan kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak ?”

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan dalam analisis dan pembahasan yang dilakukan agar tidak menyimpang dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada :

1. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan dimensi kualitas jasa yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*).
2. Variabel keputusan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan dimensi yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan pada penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menginap menggunakan kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana dalam menambah wawasan sekaligus sarana mengaplikasikan ilmu yang diperoleh penulis selama masa perkuliahan serta dapat melatih diri dalam mengungkapkan masalah secara ilmiah berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya, meningkatkan pendapatan dan menghasilkan laba yang maksimal.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat sebagai referensi karya ilmiah dan menambah wawasan mahasiswa yang membacanya atau pihak lain yang membutuhkan dan tertarik akan masalah ini pada masa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2011:180): “Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Menurut Parasuraman, dkk (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198), terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:16) dalam Suryani (2013:14): “Pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari *input*, proses dan *output*”. Ada beberapa tahap yang dilalui oleh konsumen sebelum membeli produk dan jasa perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009:184): “Konsumen melalui lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian”.

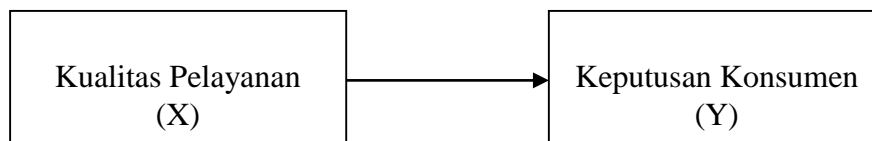
Penelitian sejenis yang dilakukan oleh Candra dan Tielung (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa hotel. Secara parsial kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa hotel, sedangkan promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa hotel.

Penelitian yang dilakukan oleh Katemung, dkk (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menginap

pada Hotel Genio Manado. Secara parsial, kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Hotel Genio Manado.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Siregar (2017:16): “Metode deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan”.

Menurut Siregar (2017:30): “Pendekatan kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian, dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi dari masing-masing variabel”.

Dengan demikian, penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menginap menggunakan kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:

1) Observasi

Menurut Siregar (2017:42): “Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut”.

Penulis melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yaitu Hotel Gajahmada Pontianak berkenaan dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

2) Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:317): “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam”.

Wawancara dilakukan kepada bagian *marketing* Hotel Gajahmada Pontianak tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang menginap di Hotel Gajahmada Pontianak.

3) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015:199): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner ditujukan kepada konsumen yang menginap atau menggunakan kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari arsip-arsip dan dokumen-dokumen Hotel Gajahmada Pontianak, seperti data tipe kamar, jumlah kamar, harga kamar, jumlah kamar yang tersedia dan kamar yang terjual, *room occupation rate* dan jumlah pendapatan. Penulis juga menggunakan buku dan jurnal sebagai referensi yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan atau menginap di Kamar Tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:118): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Jadi, sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sumber data sesungguhnya di dalam suatu penelitian.

Roscoe memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian. Menurut Roscoe (1982:253) dalam Sugiyono (2015:131): “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan sampel sebanyak 100 orang.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive* sampling. Menurut Supriyadi (2014:22): “*Purposive* sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel”. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap menggunakan kamar tipe *Deluxe*.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:60): “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut,

kemudian ditarik kesimpulannya”.

Adapun variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2015:61): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2015:61): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y).

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2015:134): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dalam penelitian ini skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan serta keputusan konsumen yang menggunakan atau menginap di kamar tipe *Deluxe* pada Hotel Gajahmada Pontianak. Setiap pernyataan yang diajukan responden akan diberikan lima pilihan jawaban, yaitu :

- a. Sangat Setuju (SS) diberikan skor 5
- b. Setuju (S) diberikan skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberikan skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberikan skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan skor 1

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan metode statistik yang diolah menggunakan program SPSS 19.0 *for windows*. Analisis data dalam penelitian ini yaitu :

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)”.

Teknik yang digunakan dalam uji validitas adalah korelasi *Product Moment Pearson*, yaitu dengan mengkorelasikan skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor totalnya. Hasil perhitungan menunjukkan nilai r_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5%. Kriteria keputusan pengujian yaitu:

- a) Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
- b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”.

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Siregar (2017:90): “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ ”.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan melihat nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2017:379): “Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).

Adapun rumus persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut:

$$\check{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\check{Y} = Variabel Terikat (Keputusan Konsumen)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan)

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Koefisien korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan variabel kualitas pelayanan (X) dan keputusan konsumen (Y).

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan pedoman yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.6
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,100	Sangat kuat

Sumber : Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Jika $R^2 = 0$ atau mendekati (0) maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sedikit atau semakin lemah, sebaliknya jika $R^2 = 1$ atau mendekati (1) maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sempurna atau semakin kuat.

f. Uji Kelayakan Model

Menurut Gani dan Amalia (2015:143): “Uji F atau *Goodness of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan”. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Langkah-langkah dalam melakukan uji kelayakan model diuraikan sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_0 : Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

H_a : Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

2) Nilai F_{hitung} dan F_{tabel}

a) Nilai F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan program SPSS 19.0 *for windows*.

b) Nilai F_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus $df1 = k$ (jumlah variabel) - 1 dan $df2 = n$ (jumlah sampel) - k (jumlah variabel). Jadi $df1 = 2 - 1 = 1$ dan $df2 = 100 - 2 = 98$, maka dilihat pada tabel F dengan tingkat signifikansi 0,05 pada kolom ke 1 pada baris ke 98 diperoleh F_{tabel} sebesar 3,94.

3) Pengujian dan kesimpulan

Kriteria keputusan berdasarkan perbandingan antara nilai F_{hitung} dan F_{tabel} .

a) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, berusia 35-44 tahun, berpendidikan S1, sudah menikah/kawin, wirausaha, berpenghasilan sebesar Rp. 5.000.000,00-Rp. 5.999.999,00 dan frekuensi menginap responden 1-3 kali per tahun.
2. Hasil perhitungan regresi linier sederhana diperoleh persamaan yaitu $\check{Y} = 1,330 + 0,666X$.
3. Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,732. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel keputusan konsumen adalah kuat karena nilainya berada pada interval 0,600-0,799.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,536. Hal ini berarti bahwa 53,6% ($1 \times 0,536 \times 100\%$) keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 46,4% ($100 - 53,6$) keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5. Hasil uji kelayakan model diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 113,407. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($113,407 > 3,94$), artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen menginap yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk menarik minat konsumen menginap di Hotel Gajahmada Pontianak, sehingga dapat meningkatkan penjualan kamar dan keuntungan perusahaan.
2. Manajemen Hotel Gajahmada Pontianak hendaknya terus memperhatikan kinerja dari para karyawannya. Setiap tamu yang akan melakukan pemesanan kamar hendaknya segera dilayani dan tidak dibiarkan terlalu lama menunggu. Setiap karyawan hendaknya diberikan pelatihan tentang seluk beluk perhotelan sehingga memiliki bekal pengetahuan yang cukup untuk dapat secara cepat memberikan pelayanan yang tepat sasaran.
3. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) memiliki pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Oleh karena itu, kelima dimensi tersebut perlu ditingkatkan.

4. Dari hasil penelitian ditemukan kamar yang bersih, nyaman dan luas merupakan hal yang penting. Setiap *roomboy* yang bekerja di Hotel Gajahmada Pontianak harus memastikan bahwa kamar yang akan ditempati tamu harus benar-benar bersih dan tertata rapi. Jika terdapat perabot kamar yang rusak hendaknya segera diperbaiki agar tidak mengganggu kenyamanan para tamu pada saat menempati kamar tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, Sarah Maryam, dan Maria V. J. Tielung. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena. *Jurnal EMBA*, Vol. 03, No. 03, Hal. 959-970.
- Gani, Irwan, dan Siti Amalia. 2015. *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Katemung, Laila Tri Susanti, Christoffel Kojo, dan Farlene S. Rumokoy. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 06, No. 02, Hal. 978-987.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang, dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa : Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar Jasa*. CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Sulastiyono, Agus, 2016. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Supriyadi, Edy. 2014. *SPSS + AMOS*. Penerbit In Media, Jakarta.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM. 53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Pedoman Pembatasan Pertemuan/Rapat di Luar Kantor Dalam Rangka Peningkatan Efisiensi dan Efektivitas Kerja Aparatur.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Peneliti:

1. Nama : Yudha Atmaja
2. NIM : 131310714
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Universitas : Muhammadiyah Pontianak

Dengan hormat,

Saya ingin memberikan daftar pertanyaan kepada Bapak/Ibu/Sdr/i dan saya mohon bantuannya untuk menjawab pertanyaan yang diajukan. Hasil dari jawaban ini akan saya gunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Menggunakan Kamar Tipe *Deluxe* Pada Hotel Gajahmada Pontianak”. Mohon kiranya Bapak/Ibu/Sdr/i berkenan mengisi setiap pertanyaan yang tersedia. Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Yudha Atmaja

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian :

1. Isilah kuesioner ini dengan benar karena kerahasiannya akan dijamin oleh penulis.
 2. Daftar kuesioner ini hanya digunakan untuk penulisan skripsi.
 3. Bantuan informasi dan penjelasan Bapak/Ibu/Sdr/i saya ucapkan terima kasih.
-
-

I. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. No. HP :
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin :
5. Usia :
6. Pendidikan :
7. Status Perkawinan :
8. Pekerjaan :
9. Penghasilan Per Bulan :
10. Frekuensi Menginap :

II. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai menurut Bapak/Ibu/Sdr/i dengan memberikan tanda checklist (√) atau tanda silang (x) pada kolom yang sesuai dengan tingkatan persetujuan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan 5 alternatif jawaban:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kualitas Pelayanan (X)					
	Reliabilitas (Reliability)					
1.	Penampilan interior kamar tipe <i>Deluxe</i> menarik secara visual.					
2.	Fasilitas kamar tipe <i>Deluxe</i> yang lengkap.					
3.	Kamar tipe <i>Deluxe</i> memiliki ukuran yang lebih luas.					
4.	Harga kamar tipe <i>Deluxe</i> sesuai dengan fasilitas dan layanan yang didapatkan .					
	DayaTanggap (Responsiveness)					
5.	Karyawan mampu mengutamakan kepentingan konsumen.					
6.	Karyawan selalu siap melayani konsumen.					
7.	Karyawan mampu melayani dengan cepat.					
8.	Karyawan mampu melayani dengan tepat.					
9.	Karyawan selalu siap menangani setiap keluhan konsumen.					
10.	Karyawan selalu bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.					
	Jaminan (Assurance)					
11.	Karyawan memiliki pengetahuan dalam melayani konsumen.					
12.	Karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani konsumen.					
13.	Konsumen mendapatkan jaminan privasi (pribadi) selama berada di Hotel Gajahmada Pontianak.					
14.	Karyawan mampu berkomunikasi dengan konsumen.					
15.	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan terhadap pelayanan.					
16.	Hotel Gajahmada Pontianak memiliki nama yang baik di masyarakat.					
17.	Karyawan mampu menangani konsumen yang kehilangan barang di dalam hotel.					
18.	Manajemen hotel selalu bertanggung jawab terhadap konsumen yang kehilangan barang di dalam hotel.					
	Empati (Emphaty)					
19.	Karyawan mau memperlakukan setiap konsumen tanpa memandang status sosial.					
20.	Karyawan mau memberikan perhatian secara individu kepada konsumen.					
21.	Karyawan sabar melayani konsumen.					
22.	Karyawan paham dalam melayani setiap keluhan konsumen.					
	Bukti Fisik (Tangibles)					
23.	Ruang lobi hotel selalu bersih.					
24.	Kursi di lobi hotel selalu tersedia.					
25.	Kamar selalu bersih					
26.	Kamar selalu rapi.					
27.	AC di kamar selalu berfungsi dengan baik.					
28.	Televisi di kamar selalu berfungsi dengan baik.					
29.	Meja kerja di kamar selalu tersedia.					
30.	Tempat parkir kendaraan selalu tersedia.					
31.	Penampilan karyawan selalu rapi.					

Keputusan Pembelian (Y)						
Pengenalan Masalah						
1.	Saya memilih kamar tipe <i>Deluxe</i> karena fasilitasnya yang baik dan lengkap.					
2.	Saya memilih kamar tipe <i>Deluxe</i> karena aksesnya yang mudah dijangkau.					
Pencarian Informasi						
3.	Saya tertarik untuk menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> karena mendapat informasi dari keluarga.					
4.	Saya tertarik untuk menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> karena mendapat informasi dari teman.					
5.	Saya tertarik untuk menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> karena mendapat informasi dari koran.					
Evaluasi Alternatif						
6.	Saya memilih menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> dengan mempertimbangkan kelebihanannya dibanding kamar lain.					
7.	Saya memilih kamar tipe <i>Deluxe</i> karena kamarnya lebih luas.					
Keputusan Pembelian						
8.	Saya memutuskan menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> karena fasilitasnya sesuai dengan kebutuhan saya.					
9.	Saya memutuskan menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> karena banyak orang lain yang menggunakannya.					
Perilaku Pasca Pembelian						
10.	Saya merasa puas setelah menginap di kamar tipe <i>Deluxe</i> .					
11.	Saya akan merekomendasikan kamar tipe <i>Deluxe</i> kepada teman/keluarga.					
12.	Saya akan menceritakan hal-hal yang baik tentang kamar tipe <i>Deluxe</i> kepada orang lain.					
13.	Saya akan tetap menjadi pelanggan kamar tipe <i>Deluxe</i> .					

LAMPIRAN 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Status Perkawinan	Pekerjaan	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi Mengingat
1	Laki-laki	48 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 9.000.000	5
2	Laki-laki	52 Thn	S-1	Kawin	Dokter	Rp. 7.000.000	3
3	Laki-laki	30 Thn	S-1	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	4
4	Laki-laki	27 Thn	SMK	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 3.800.000	3
5	Laki-laki	28 Thn	SMA	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 3.700.000	2
6	Laki-laki	36 Thn	SMA	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	2
7	Perempuan	37 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	7
8	Laki-laki	35 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 8.000.000	5
9	Laki-laki	30 Thn	S-1	Belum Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	5
10	Laki-laki	37 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 7.000.000	3
11	Laki-laki	42 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	5
12	Laki-laki	36 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 3.500.000	1
13	Laki-laki	39 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 3.500.000	2
14	Laki-laki	25 Thn	D-3	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.000.000	2
15	Laki-laki	44 Thn	S-1	Kawin	Anggota DPRD	Rp. 5.000.000	3
16	Laki-laki	46 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.000.000	3
17	Laki-laki	43 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.500.000	3
18	Laki-laki	25 Thn	D-3	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.000.000	1
19	Perempuan	41 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.000.000	2
20	Laki-laki	35 Thn	D-3	Kawin	PNS	Rp. 3.800.000	3
21	Laki-laki	37 Thn	S-1	Kawin	Anggota DPRD	Rp. 6.000.000	1
22	Laki-laki	26 Thn	SMA	Belum Kawin	TNI	Rp. 4.000.000	1
23	Laki-laki	41 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.500.000	3
24	Laki-laki	26 Thn	SMK	Belum Kawin	Wirausaha	Rp. 3.500.000	3
25	Laki-laki	39 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 6.000.000	5

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Status Perkawinan	Pekerjaan	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi Menginap
26	Laki-laki	39 Thn	S-1	Kawin	Notaris	Rp. 8.000.000	5
27	Laki-laki	43 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 5.000.000	2
28	Laki-laki	43 Thn	S-1	Kawin	Anggota DPRD	Rp. 5.000.000	2
29	Perempuan	45 Thn	S-2	Kawin	Wirausaha	≥Rp. 10.000.000	2
30	Laki-laki	50 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 5.500.000	2
31	Laki-laki	26 Thn	D-3	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.000.000	2
32	Laki-laki	39 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	2
33	Laki-laki	53 Thn	S-2	Kawin	Advokat	Rp. 8.000.000	3
34	Laki-laki	30 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.500.000	1
35	Laki-laki	39 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.700.000	3
36	Laki-laki	37 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.500.000	3
37	Perempuan	41 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 5.200.000	7
38	Perempuan	38 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	5
39	Laki-laki	29 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 5.300.000	1
40	Laki-laki	27 Thn	D-3	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.500.000	2
41	Laki-laki	43 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 5.000.000	3
42	Laki-laki	26 Thn	D-3	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.000.000	2
43	Laki-laki	33 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.000.000	2
44	Laki-laki	50 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	2
45	Laki-laki	37 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 6.000.000	3
46	Laki-laki	27 Thn	S-1	Belum Kawin	PNS	Rp. 4.000.000	2
47	Laki-laki	29 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	3
48	Laki-laki	28 Thn	SMA	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 4.000.000	2
49	Perempuan	46 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	≥Rp. 10.000.000	3
50	Laki-laki	33 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	2
51	Laki-laki	43 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.500.000	2
52	Laki-laki	32 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 3.500.000	1
53	Laki-laki	40 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	3
54	Laki-laki	41 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 7.000.000	4

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Status Perkawinan	Pekerjaan	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi Menginap
55	Laki-laki	38 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.500.000	5
56	Laki-laki	49 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	5
57	Laki-laki	48 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	4
58	Laki-laki	35 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	4
59	Laki-laki	39 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	2
60	Laki-laki	33 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.300.000	2
61	Laki-laki	38 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	4
62	Laki-laki	38 Thn	S-1	Kawin	Advokat	Rp. 5.500.000	6
63	Laki-laki	29 Thn	D-3	Kawin	Anggota DPRD	Rp. 5.000.000	2
64	Laki-laki	32 Thn	D-3	Belum Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.000.000	5
65	Laki-laki	30 Thn	D-3	Belum Kawin	PNS	Rp. 5.000.000	6
66	Laki-laki	41 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	5
67	Laki-laki	46 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	5
68	Laki-laki	43 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	5
69	Laki-laki	31 Thn	S-1	Belum Kawin	Wirausaha	Rp. 7.000.000	6
70	Laki-laki	32 Thn	D-3	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 7.000.000	5
71	Laki-laki	35 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	5
72	Laki-laki	52 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	3
73	Laki-laki	44 Thn	S-2	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	3
74	Laki-laki	48 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	3
75	Laki-laki	50 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 9.000.000	3
76	Laki-laki	34 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 4.500.000	3
77	Perempuan	46 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	≥Rp. 10.000.000	3
78	Laki-laki	53 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	3
79	Perempuan	50 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	≥Rp. 10.000.000	2
80	Perempuan	42 Thn	S-2	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 9.000.000	6
81	Perempuan	42 Thn	S-2	Kawin	PNS	Rp. 8.000.000	5
82	Perempuan	38 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	8
83	Perempuan	39 Thn	D-3	Kawin	PNS	Rp. 7.000.000	5

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Status Perkawinan	Pekerjaan	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi Menginap
84	Perempuan	44 Thn	S-2	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 9.000.000	9
85	Perempuan	31 Thn	D-3	Belum Kawin	PNS	Rp. 7.000.000	3
86	Perempuan	30 Thn	D-3	Belum Kawin	PNS	Rp. 5.000.000	5
87	Perempuan	30 Thn	D-3	Belum Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	4
88	Perempuan	41 Thn	D-3	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	4
89	Perempuan	40 Thn	D-3	Kawin	PNS	Rp. 5.000.000	5
90	Perempuan	42 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 5.000.000	8
91	Perempuan	39 Thn	S-2	Kawin	Wirausaha	Rp. 9.000.000	7
92	Laki-laki	47 Thn	S-1	Kawin	Advokat	Rp. 8.000.000	6
93	Laki-laki	45 Thn	S-1	Kawin	Pegawai Swasta	Rp. 5.500.000	4
94	Perempuan	43 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 5.000.000	7
95	Laki-laki	44 Thn	SMA	Kawin	Wirausaha	Rp. 6.000.000	4
96	Laki-laki	38 Thn	S-1	Kawin	PNS	Rp. 6.000.000	3
97	Laki-laki	52 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 9.000.000	3
98	Laki-laki	46 Thn	S-2	Kawin	Advokat	≥Rp. 10.000.000	6
99	Laki-laki	53 Thn	S-1	Kawin	Wirausaha	Rp. 8.000.000	3
100	Laki-laki	33 Thn	S-1	Belum Kawin	Wirausaha	Rp. 9.000.000	8

TABEL REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN															
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	TOTAL	RATA
1	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	52	4,00
2	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	50	3,85
3	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	3	4	52	4,00
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	48	3,69
5	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	5	3	48	3,69
6	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	55	4,23
7	4	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4	48	3,69
8	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	48	3,69
9	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	52	4,00
10	5	4	5	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	55	4,23
11	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	46	3,54
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51	3,92
13	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	58	4,46
14	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	49	3,77
15	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	50	3,85
16	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	53	4,08
17	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	54	4,15
18	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3	3	4	3	47	3,62
19	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	50	3,85
20	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	57	4,38
21	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49	3,77
22	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	48	3,69
23	4	5	3	3	4	3	3	5	5	3	3	3	3	47	3,62
24	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49	3,77
25	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	50	3,85
26	4	4	3	3	4	3	5	5	5	5	5	3	3	52	4,00
27	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	50	3,85
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4,00
29	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	50	3,85
30	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	61	4,69
31	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	54	4,15
32	4	4	3	4	4	3	3	5	5	3	3	4	3	48	3,69
33	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	3	5	55	4,23
34	4	4	3	3	3	3	2	5	5	4	4	3	3	46	3,54
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4,00
36	5	4	5	4	4	5	3	5	5	3	3	4	5	55	4,23
37	4	4	4	3	3	4	4	5	5	2	2	3	4	47	3,62
38	4	4	3	4	4	3	3	5	5	3	3	4	3	48	3,69
39	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	3	4	53	4,08
40	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	51	3,92
41	4	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	3	45	3,46
42	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	47	3,62
43	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	56	4,31
44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	50	3,85
45	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	45	3,46
46	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	47	3,62
47	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	45	3,46
48	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	51	3,92
49	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	43	3,31
50	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	47	3,62
51	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	47	3,62
52	4	4	4	4	3	4	2	4	2	2	2	4	4	43	3,31
53	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	46	3,54
54	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	43	3,31
55	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49	3,77
56	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	46	3,54
57	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	43	3,31
58	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	4,08
59	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	56	4,31
60	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	45	3,46
61	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	49	3,77
62	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	50	3,85
63	5	4	2	4	4	5	3	5	4	3	3	4	4	50	3,85
64	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	48	3,69
65	5	4	5	5	4	5	3	5	4	3	3	5	5	56	4,31
66	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49	3,77
67	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	42	3,23
68	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	46	3,54
69	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	59	4,54
70	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	4,08
71	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	49	3,77
72	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	42	3,23
73	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49	3,77
74	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	45	3,46

TABEL REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN PADA VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN															
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	TOTAL	RATA
75	5	4	5	4	4	5	3	5	4	3	3	4	5	54	4,15
76	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	4,08
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4,00
78	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	49	3,77
79	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	63	4,85
80	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	57	4,38
81	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	44	3,38
82	4	4	3	3	3	4	5	4	5	5	5	3	3	51	3,92
83	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	48	3,69
84	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4,00
85	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	54	4,15
86	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	43	3,31
87	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	46	3,54
88	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	61	4,69
89	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4,00
90	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	45	3,46
91	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	43	3,31
92	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	51	3,92
93	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	47	3,62
94	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	45	3,46
95	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	44	3,38
96	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	46	3,54
97	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49	3,77
98	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	46	3,54
99	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	47	3,62
100	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	47	3,62
JUMLAH	408	411	364	363	363	375	367	421	426	371	367	363	364	4963	
RATA-RATA	4,08	4,11	3,64	3,63	3,63	3,75	3,67	4,21	4,26	3,71	3,67	3,63	3,64	49,63	
JUMLAH TOTAL RATA-RATA															3,82

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN KONSUMEN

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Ytotal	
Y1	Pearson Correlation	1	,009	,591**	,243	,272**	,634**	,161	,584**	,148	,149	,207	,249**	,680**	,644**
	Sig. (2-tailed)		,930	,000	,015	,006	,000	,110	,000	,141	,138	,038	,012	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,009	1	,168	,236	,368**	,117	,104	,049	-,050	,086	,068	,242	,128	,299**
	Sig. (2-tailed)	,930		,094	,018	,000	,246	,303	,622	,393	,499	,015	,203	,003	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,591**	,168	1	,132	,148	,725**	,300**	,271**	,098	,248	,234	,112	,892**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000	,094		,190	,142	,000	,002	,006	,334	,013	,019	,268	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,243	,236	,132	1	,436**	,134	,039	,069	-,044	,027	,064	,948**	,183	,462**
	Sig. (2-tailed)	,015	,018	,190		,000	,183	,701	,493	,665	,787	,526	,000	,069	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,272**	,368**	,148	,436**	1	,150	,068	,297**	,129	,079	,072	,477**	,178	,461**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,142	,000		,136	,503	,003	,202	,434	,477	,000	,077	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,634**	,117	,725**	,134	,150	1	,254	,260**	,102	,252	,269**	,162	,828**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,246	,000	,183	,136		,011	,009	,313	,011	,007	,108	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,161	,104	,300**	,039	,068	,254	1	-,002	,340**	,891**	,786**	,040	,327**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,110	,303	,002	,701	,503	,011		,982	,001	,000	,000	,694	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,584**	,049	,271**	,069	,297**	,260**	-,002	1	,320**	-,030	,033	,071	,350**	,379**
	Sig. (2-tailed)	,000	,626	,006	,493	,003	,009	,982		,001	,765	,745	,482	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,148	-,050	,098	-,044	,129	,102	,340**	,320**	1	,311**	,275**	-,012	,129	,365**
	Sig. (2-tailed)	,141	,622	,334	,665	,202	,313	,001	,001		,002	,006	,903	,200	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	,149	,086	,248	,027	,079	,252	,891**	-,030	,311**	1	,886**	,050	,294**	,654**
	Sig. (2-tailed)	,138	,393	,013	,787	,434	,011	,000	,765	,002		,000	,619	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	,207	,068	,234	,064	,072	,269**	,786**	,033	,275**	,886**	1	,066	,260**	,642**
	Sig. (2-tailed)	,038	,499	,019	,526	,477	,007	,000	,745	,006	,000		,515	,009	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	,249	,242	,112	,948**	,477**	,162	,040	,071	-,012	,050	,066	1	,187	,478**
	Sig. (2-tailed)	,012	,015	,268	,000	,000	,108	,694	,482	,903	,619	,515		,062	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y13	Pearson Correlation	,680**	,128	,892**	,183	,178	,828**	,327**	,350**	,129	,294**	,260**	,187	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,203	,000	,069	,077	,000	,001	,000	,200	,003	,009	,062		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ytotal	Pearson Correlation	,644**	,299**	,689**	,462**	,461**	,685**	,658**	,379**	,365**	,654**	,642**	,478**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,957	,956	31

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,818	,814	13

LAMPIRAN 9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,23105161
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,069
Kolmogorov-Smirnov Z		,839
Asymp. Sig. (2-tailed)		,483

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 10

Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,330	,235		5,661	,000
Xrata	,666	,063	,732	10,649	,000

a. Dependent Variable: Yrata

LAMPIRAN 11

Hasil Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,732 ^a	,536	,532	,23223	,536	113,407	1	98	,000

a. Predictors: (Constant), Xrata

b. Dependent Variable: Yrata

LAMPIRAN 12

Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6,116	1	6,116	113,407	,000 ^b
Residual	5,285	98	,054		
Total	11,401	99			

a. Dependent Variable: Yrata

b. Predictors: (Constant), Xrata

Tabel Nilai *r Product Moment*

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.380	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Tabel Distribusi F Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.1	19.25	19.30	19.3	19.35	19.37	19.38	19.4	19.40	19.41	19.4	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Tabel Distribusi F Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

