

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN: SATU KAJIAN DI HOTEL-HOTEL SEKITAR AYER KEROH, MELAKA

Hartini Adenan

Universiti Melaka (UNIMEL), Malaysia

Dina Syamilah Zaid

Universiti Melaka (UNIMEL), Malaysia

Siti Mahera Ahmat Amin

Universiti Melaka (UNIMEL), Malaysia

Dziela Muhammad Parid

Universiti Melaka (UNIMEL), Malaysia

Corresponding Author's Email: hartini@unimel.edu.my

Article history:

Received : 16 November 2022

Accepted : 23 December 2022

Published : 27 December 2022

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk melihat faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Oleh itu, secara khususnya kajian ini mengenalpasti faktor kemudahan, faktor kualiti perkhidmatan dan faktor harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kajian yang dijalankan berbentuk kuantitatif iaitu melibatkan seramai 100 orang pelanggan dipilih menjadi responden yang pernah menginap di hotel-hotel tersebut. Borang soal selidik telah diedarkan kepada pelanggan yang pernah menginap di hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Terdapat hubungan yang signifikan diantara pembolehubah bersandar dan tidak bersandar, dimana dapat dilihat dalam nilai korelasi antara hubungan faktor kemudahan dengan kepuasan pelanggan ialah ($r = .762^{**}$). Hubungan antara faktor kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelanggan ialah ($r = .805^{**}$), manakala hubungan antara faktor harga dengan kepuasan pelanggan ialah ($r = .712^{**}$). Ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang positif antara pembolehubah bersandar dan pembolehubah tidak bersandar dalam kajian ini. Secara keseluruhannya kajian ini merumuskan faktor kemudahan, faktor kualiti perkhidmatan dan faktor harga mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan dan pelanggan sedar bahawa faktor-faktor ini penting dititikberatkan oleh pengusaha hotel untuk membolehkan pelanggan berulang kali menginap di hotel mereka. Kajian ini membantu pihak pengusaha hotel untuk memahami lebih mendalam tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menginap di hotel mereka dan lebih memberi penekanan dalam aspek yang di

kaji oleh pengkaji. Manakala bagi pihak kerajaan negeri pula, dapat mengetahui peningkatan kedatangan pelancong ke Melaka di sebabkan oleh kepuasan pelanggan mempengaruhi faktor -faktor yang di kaji.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualiti Perkhidmatan, Kemudahan, Harga

FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION: A STUDY ON HOTELS AROUND AYER KEROH, MELAKA

ABSTRACT

*This study aims to see the factors that affect customer satisfaction in hotels around Ayer Keroh, Melaka. Therefore, in particular, this study identifies convenience factors, service quality factors and price factors that affect customer satisfaction. The research conducted is quantitative, which involves a total of 100 customers selected as respondents who have stayed at the hotels. Questionnaires were distributed to customers who had stayed at hotels around Ayer Keroh, Melaka. There is a significant relationship between dependent and independent variables, which can be seen in the correlation value between the relationship between convenience factors and customer satisfaction is ($r = .762^{**}$). The relationship between the service quality factor and customer satisfaction is ($r = .805^{**}$), while the relationship between the price factor and customer satisfaction is ($r = .712^{**}$). This shows that there is a positive relationship between the dependent variable and the independent variable in this study. Overall, this study concluded that convenience factors, service quality factors and price factors have a relationship with customer satisfaction and customers are aware that these factors are important to be emphasized by hoteliers to allow customers to repeatedly stay at their hotel. This study helps hoteliers to understand more deeply about the factors that affect the satisfaction of customers who stay at their hotel and put more emphasis on the aspects studied by the researcher. Meanwhile, on behalf of the state government, it is possible to know that the increase in tourist arrivals to Melaka is caused by customer satisfaction affecting the factors studied.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Convenience, Price*

PENDAHULUAN

Hotel ialah bangunan, simbol, sesuatu syarikat atau entiti perniagaan yang menyediakan perkhidmatan penginapan, penyediaan makanan dan minuman dan kemudahan perkhidmatan lain di mana semua perkhidmatan diwujudkan untuk orang-orang sekeliling, sama ada mereka tinggal bermalam di hotel atau mereka yang hanya menggunakan kemudahan yang disediakan (Tahiri, Kovaçi, Lekiqi & Rexhepi, 2021). Industri hospitaliti dan perkhidmatan merupakan sebuah industri

yang memerlukan kepuasan dan kesetiaan pelanggan yang tinggi berbanding daripada industri yang lain. Perkhidmatan adalah proses yang terdiri daripada rangkaian aktiviti yang kurang ketara serta berlaku dalam interaksi antara pelanggan dan pekerja perkhidmatan atau sumber fizikal atau barang (Myo, Khalifa & Aye, 2019).

Selain perkhidmatan, kualiti perkhidmatan seperti layanan kepada pelanggan haruslah dijaga dan diamalkan untuk menjadikan layanan terbaik itu sebatian dalam diri pekerja lebih peka dengan personaliti baik yang sesuai ketika melayan pelanggan (Ahmad & Papastathopoulos, 2018). Mereka sewajarnya dilatih untuk memiliki ilmu pengetahuan dan kemahiran yang mencukupi untuk menghadapi pelanggan dan berkomunikasi dengan baik (Ahmad & Papastathopoulos, 2018).

Dalam industri hospitaliti, isu kepuasan pelanggan adalah isu yang sering diperkatakan. Oleh itu, ini adalah masa yang tepat untuk memastikan pemain industri menitikberatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk mendapatkan perkhidmatan di hotel-hotel yang mereka kunjungi. Hasil daripada kajian ini juga adalah penting kepada pihak kerajaan negeri Melaka sebagai satu aspek yang perlu diambil perhatian kerana industri pelancongan di negeri Melaka merupakan satu sektor penting penjana ekonomi khususnya untuk negeri Melaka dan umumnya untuk negara.

SOROTAN LITERATUR

Hotel merupakan tempat pengunjug berkunjung untuk berehat seketika (Ishari, 2015). Selain kemudahan untuk membuat minuman panas dalam bilik, hotel yang lebih besar mungkin mempunyai kemudahan tambahan seperti restoran, kolam mandi atau taman kanak-kanak, dan menyediakan perkhidmatan persidangan dan majlis social (Halimah, 2020). Industri perhotelan sangat memberi kesan kepada industri pelancongan, jika industri ini merundum ia akan melambatkan perjalanan aktiviti ekonomi (Jiang & Wen (2020)). Ini dapat dilihat dari kesan pandemik Covid-19 di mana pelbagai acara di seluruh dunia terpaksa dibatalkan atau ditangguhkan dan kadar penghuni hotel merundum serta menimbulkan serangan hebat kepada pengusaha hotel di seluruh dunia (Jiang & Wen (2020)).

Oleh itu, pengusaha hotel harus bersaing dalam menarik minat pelanggan untuk menginap di hotel. Terdapat banyak cara untuk menarik minat pelanggan seperti melalui promosi, diskaun dan juga memberikan layanan yang baik kepada pelanggan. Beberapa strategi yang boleh diambil dari promosi iaitu dengan memberikan kemudahan yang lengkap, menawarkan keunikan, memberikan informasi berkait destinasi atau lokasi di persekitaran hotel dan bekerjasama dengan pemandu pelancong (Jiang & Wen (2020)).

Salah satu strategi yang penting adalah kemudahan yang mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan. Kemudahan ini mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan di hotel. Ini menunjukkan bahawa kemudahan yang buruk akan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang buruk dan kemudahan yang lebih baik juga akan meningkatkan

kemudahan tahap kepuasan pelanggan. Faktor yang memainkan peranan dalam melahirkan kepuasan pelanggan ialah seperti harga, kemudahan, kebersihan dan keselamatan selama mana mereka masih berada di hotel tersebut (Afiqsyah, Arif, Dina & Hartini (2017). Pihak pengurusan hotel juga perlu mengambil berat terhadap kepuasan pelanggan dengan memastikan kemudahan dan peralatan yang disediakan diselenggara dengan baik disamping menyediakan staf untuk mengawasi dan mengendalikan aktiviti (Lim, Mohd Yusof, & Abdul Razak, 2008). Kemudahan merupakan sesuatu yang diwujudkan untuk melengkapkan keselesaan dan kesenangan seseorang pengguna. Konsep faktor fizikal kemudahan merangkumi kebersihan, keselesaan sesuatu ruang serta kemudahan peralatan yang disediakan di sesebuah hotel (bin Nik Abdul, 2021).

Selain itu, konsep menyediakan perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan adalah untuk memastikan pelanggan berpuas hati dan seterusnya akan mendapatkan kesetiaan dari pelanggan (Hayat & Sern, 2020). Pelanggan yang setia ini juga akan menyebarkan perkara yang positif dari mulut ke mulut kepada orang ramai, secara tidak langsung membantu pihak hotel untuk menambah bilangan pelanggan. Dengan meningkatnya pelanggan yang setia ini maka jualan juga akan meningkat kerana pastinya mereka akan melakukan pembelian berulang kali. Menurut Margaretha, Wirawan, dan Wowor (2022), mereka berpendapat bahawa tetamu yang setia selalunya akan melakukan pembelian yang tinggi dan kerap daripada tetamu biasa. Contohnya seperti dalam pembelian makanan dan minuman. Menurut Dam dan Dam (2021), pelanggan tidak berkira dengan kos yang perlu mereka bayar asalkan bersesuaian dan bertepatan dengan kualiti dan kuantiti yang mereka terima kerana mereka hanya mementingkan kualiti berbanding dengan harga. Sesebuah syarikat atau organisasi berupaya mendapatkan pelanggan yang ramai apabila pelanggan mendapati bahawa mereka mampu mendapatkan kepuasan melalui produk dan pekhidmatan yang disediakan (Budur & Poturak, 2021). Menurut Ali et al. (2021), apabila sesebuah syarikat itu berjaya mengekalkan kualiti perkhidmatan, maka ianya mampu mewujudkan hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan dan mampu bersaing di pasaran. Tegasnya disini ialah untuk menjaga kualiti perkhidmatan dan memenuhi kepuasan pelanggan.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang dilihat dalam kepuasan pelanggan. Menurut Rianto, Setyawati, Rohaeni dan Woelandari (2022), penetapan harga itu sendiri merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan terutamanya dalam industri hospitaliti. Sejak beberapa dekad yang lalu, pelbagai teknologi baru mula muncul dan mengubah cara pelaksanaan tempahan bilik hotel. Dengan adanya kemunculan teknologi baru sejak tahun 1990, seperti jaringan internet, dalam bidang perniagaan khususnya telah berlaku satu revolusi yang besar di seluruh dunia. Hal ini telah mendorong seluruh dunia untuk menggunakan teknologi tersebut dan secara tidak langsung meningkatkan imej perniagaan di mata dunia (Enoch et al, 2022). Untuk mengukuhkan strategi harga, dengan kemudahan jaringan internet yang meluas pihak pengurus tidak akan mengalami masalah dari segi maklumat berkenaan hotel mereka kerana segala maklumat boleh diletakkan di laman sesawang tanpa batasan. Bukan itu sahaja, menurut Rianto, Setyawati, Rohaeni dan Woelandari (2022), kebanyakan

agensi pelancongan membuat promosi di media sosial dengan harga yang tidak masuk akal dan menarik.

Hal ini disebabkan kerana pelancong lebih suka untuk menggunakan tempahan atau tinjauan secara atas talian di platform-platform seperti laman sesawang sesebuah hotel tersebut dan mencari maklumat tambahan sebelum membuat pilihan (Alvianna et al,2021). Pengusaha hotel perlu memberikan penekanan terhadap segala maklumat menarik yang mampu mendorong pelanggan membuat keputusan ketika memilih harga sesebuah hotel. Rianto, Setyawati, Rohaeni dan Woelandari (2022), turut menyatakan bahawa pengurus perlu bijak mengurus dan menyusun strategi berkenaan harga, kerana dengan adanya kemudahan jaringan internet, pengguna atau pelanggan dengan mudahya mampu membandingkan harga dengan pesaing.

Harga mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan di kalangan pelancong tempatan terhadap hotel bajet di Malaysia. Harga adalah petunjuk untuk kualiti perkhidmatan yang menghasilkan harapan yang lebih baik untuk perkhidmatan dan kepuasan yang lebih tinggi (Chong, Lim, Ng, & Wong, 2016). Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kewajaran harga dan persepsi harga yang buruk akan menimbulkan kesan yang tidak baik terhadap kepuasan keseluruhan (Cingula, Przygoda & Detelj, (2017). Pelanggan meneliti harga dan kualiti perkhidmatan untuk menentukan kepuasan keseluruhan. Selain itu pelanggan yang datang berulang kali lebih memahami produk hotel dan akan melanggan lebih banyak perkhidmatan serta sanggup untuk membayar harga lebih tinggi untuk setiap perkhidmatan yang disediakan selain mereka mampu untuk memberi kritikan membina demi kebaikan hotel (Steiner, Siems, Weber & Guhl, 2014).

Justeru, terdapat tiga (3) objektif bagi kajian ini iaitu i) mengenalpasti faktor kemudahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, ii) mengenalpasti faktor kualiti perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, iii) mengenalpasti faktor harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Pengkaji menggunakan tiga item dalam pembolehubah tidak bersandar iaitu kemudahan, kualiti perkhidmatan dan harga untuk mengkaji tentang kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Tiga item ini dibina oleh pengkaji untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Manakala pembolehubah bersandar yang digunakan oleh pengkaji ialah kepuasan pelanggan yang pernah menginap di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka.

PERMASALAHAN KAJIAN

Dalam beberapa tahun kebelakangan ini, permintaan dalam industri hospitaliti semakin mendapat sambutan yang baik (Khalifa, Trung & Hossain (2022). Industri ini telah berkembang dengan pesat dan membentuk persaingan dalam pasaran. Namun, mula timbul pelbagai masalah berkaitan dengan kepuasan pelanggan seiring dengan kemajuan teknologi yang ada. Menurut Bucak (2014) sebagai sebuah perniagaan yang menyediakan perkhidmatan kepada pelanggan, adalah perlu untuk memenuhi keperluan dan harapan pelanggan. Perkhidmatan

dan kemudahan yang disediakan akan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap sesebuah perniagaan tersebut. Dengan kata lain, prestasi yang ditunjukkan oleh sesebuah perniagaan itu menjadi kayu pengukur kepada kejayaan organisasi. Oleh kerana itu, kepuasan pelanggan adalah satu perkara yang penting dalam industri perhotelan dan hospitaliti (Santoso& Nelloh, 2017).

Seterusnya, Molina-Azorin et al (2015) menyatakan persaingan yang sengit di pasaran berkemungkinan akan menyebabkan kerugian kepada pemilik modal yang melabur dalam hotel kerana persaingan di sekitarnya. Manakala pelanggan pula masih membandingkan harga dan memilih hotel yang mengikut bajet yang telah mereka tetapkan. Selain daripada kerugian akibat persaingan, hotel juga rugi dari segi kesetiaan pelanggan dan menyebabkan hotel terpaksa menurunkan lagi harga untuk menarik minat pelanggan. Menurut Tavitiyaman, Qu dan Zhang, (2011), hasil dari persaingan yang sengit menyukarkan hotel untuk menarik perhatian pelanggan dan mengekalkan kesetiaan pelanggan. Lebih rumit lagi, pihak hotel perlu untuk mengekalkan kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan dalam waktu yang sama hanya untuk menarik perhatian pelanggan yang sedikit. Selain itu, industri perhotelan juga menghadapi masalah dari segi memenuhi pilihan dan kehendak pelanggan apabila permintaan semakin meningkat dalam pasaran. Menurut Myo, Khalifa dan Aye (2019), permintaan yang tinggi menyukarkan pengusaha hotel untuk memberi saingan kepada pesaing yang ada dan elemen yang paling penting dalam industri perkhidmatan ialah daya saing.

OBJEKTIF KAJIAN

Terdapat beberapa objektif kajian, iaitu:

1. Mengenalpasti faktor kemudahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka.
2. Mengenalpasti faktor kualiti perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka.
3. Mengenalpasti faktor harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka.

REKA BENTUK KAJIAN

Kajian ini adalah berbentuk kuantitatif dan data dikumpulkan dengan cara mengedar borang kaji selidik kepada pelanggan yang pernah menginap di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Borang soal kaji selidik merupakan teknik pengumpulan data yang dipilih dalam kajian ini. Dalam kajian ini, seramai 100 orang dipilih menjadi responden di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh Melaka. Dalam kajian ini, kaedah persampelan yang digunapakai adalah kaedah persampelan mudah dimana kaedah ini membolehkan setiap sampel mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel dalam kajian ini.

Kajian ini menggunakan kaedah korelasi kerana kajian ini ingin mengkaji kepuasan pelanggan dalam hubungan antara faktor kemudahan, kualiti perkhidmatan dan harga di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Tempat

dalam kajian ini adalah hotel-hotel di sekitar Ayer Keroh, di dalam negeri Melaka. Populasi adalah kumpulan sasaran pengkaji iaitu kumpulan kepada siapa hasil kajian akan dijalankan. Populasi dalam kajian ini adalah pelanggan yang pernah menginap di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka.

Penentuan saiz sample yang berpadanan dengan saiz populasi diambil berdasarkan Tabachnick dan Fidell (2001). Pengkaji menggunakan formula Tabachnick and Fidel (2013): $N > 50 + 8 (m)$, $N > 50 + 8 (3)$, $N > 74$. Maka, dalam kajian ini, pengkaji telah memilih untuk mengedarkan 100 borang soal selidik kepada pelanggan hotel di sekitar Ayer Keroh, Melaka dengan menggunakan kaedah persampelan yang bersesuaian dengan kajian yang dijalankan.

Dalam menjalankan kajian ini pengkaji telah menggunakan instrumen dan alat ukur dalam bentuk soal selidik yang terdiri daripada dua bahagian iaitu; Bahagian A: soal selidik maklumat latar belakang subjek kajian, bahagian B, C, D dan E mengandungi soal selidik kemudahan, kualiti perkhidmatan, harga dan kepuasan pelanggan. Penggunaan borang soal selidik digunakan oleh pengkaji di dalam memungut data kajian ini. Sebelum pengkaji menghantar borang soal selidik kepada responden, terlebih dahulu pengkaji membuat semakan borang soal selidik sebelum menjalankan kajian di hotel-hotel sekitar di Ayer Keroh, Melaka.

Data yang diperolehi dari kajian ini menggunakan kaedah "SPSS for Windows" versi 26.0 (*Statistical Packages for Social Science*) bagi menganalisa data secara saintifik. Tujuan penggunaan perisian ini adalah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan daripada proses pengagihan soalan kepada sampel. Antara teknik analisa statistik yang digunakan dalam kajian ini ialah analisis deskriptif (*Descriptive Analysis*), analisis korelasi (*Correlation Analysis*) dan analisis regresi (*Regression Analysis*).

DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Kepuasan pelanggan merupakan satu aspek yang boleh mengukur kedatangan pelanggan di sesebuah hotel yang dikunjungi. Berdasarkan Jadual 1, kepuasan pelanggan mempunyai nilai kebolehpercayaan sebanyak ($\alpha=.891$), manakala bagi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu kemudahan ialah ($\alpha=.928$) dan diikuti kualiti perkhidmatan iaitu ($\alpha=.915$) dan yang terakhir ialah harga iaitu ($\alpha=.923$). Ini dapat dirumuskan bahawa instrument kajian mempunyai kebolehpercayaan (Cronbach's Alpha) pada tahap yang tinggi. Hal ini menunjukkan instrument yang digunakan adalah sesuai bagi menilai tahap kepuasan pelanggan di Hotel di sekitar Ayer Keroh, Melaka. Menurut Pallant (2011), nilai koefisien kebolehpercayaan yang $\alpha > .7$, menunjukkan kebolehpercayaan instrumen adalah pada tahap yang baik.

Jadual 1: Ujian Kebolehpercayaan Kajian Sebenar

Pembolehubah	Item	Nilai Cronbach Alpha
Tahap kepuasan pelanggan (pembolehubah bersandar)	5	.891
Kemudahan	5	.928
Kualiti Perkhidmatan	5	.915
Harga	5	.923

ANALISIS DESKRIPTIF

Bahagian ini akan menerangkan secara terperinci tiga faktor yang telah dianalisis. Terdapat 3 bahagian utama yang merupakan pembolehubah bersandar iaitu kepuasan dan pembolehubah tidak bersandar yang dikaji dalam kajian ini iaitu faktor kemudahan, faktor kualiti perkhidmatan dan faktor harga. Kesemua ini telah dimuatnaikan dalam instrumen kajian (borang soal selidik). Instrument kajian ini telah dibin berasaskan skala likert 5 dalam bahagian B, C, D, dan E. Bahagian ini menerangkan dengan lebih terperinci mengenai empat aspek yang telah dianalisis. Terdapat empat bahagian utama yang dikaji iaitu kepuasan pelanggan, kemudahan, kualiti perkhidmatan dan harga. Kesemua bahagian ini telah dimuatkan di dalam instrumen kajian (Google form). Instrument ini telah dibina berasaskan skala likert bagi bahagian B,C,D dan E. pada bahagian ini para responden perlu menandakan nombor yang sangat bertepatan pada pandangan mereka. Kesemua nombor tersebut mempunyai makna yang berbeza iaitu 1= sangat tidak bersetuju, 2= kurang bersetuju, 3= setuju sedikit, 4= setuju dan 5= sangat setuju. Kajian ini menggunakan perisian SPSS 26.0 bagi mengira skor min.

Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan

Jadual 2: Skor Min Bagi Pemboleh Ubah Bersandar Faktor Kepuasan Pelanggan

Item	N	Min	Std. Deviation
S1.	100	4.26	.777
S2.	100	4.50	.646
S3.	100	4.32	.778
S4.	100	4.41	.701
S5.	100	4.43	.723

Berdasarkan jadual 2, menunjukkan pemboleh ubah bersandar iaitu kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Min yang paling tinggi ialah ($M = 4.50$, $Sd = .646$) ini kerana pengunjung merasakan kebersihan bilik akan membuatkan bilik sentiasa wangi dan selesa untuk dijadikan tempat penginapan. Min kedua tertinggi ialah soalan terakhir ($M = 4.43$, $Sd = .723$) ini

membuktikan ramai pengunjung yang bersetuju bahawa peralatan kemudahan di hotel lengkap dan mencukupi serta mampu memberi kesenangan buat mereka.

Seterusnya ialah, min ketiga tertinggi ialah ($M = 4.41$, $Sd = .701$) ini kerana tempat meletakkan kenderaan sangat luas serta dilengkapi pengawal keselamatan membuatkan pengunjung rasa selamat. Min keempat tertinggi ialah soalan ketiga ($M = 4.32$, $Sd = .778$) iaitu pengunjung bersetuju bahawa restoran di hotel sangat bersih dan makanannya enak sesuai dengan selera pelanggan yang datang. Akhir sekali bagi min yang terendah ialah soalan pertama ($M = 4.26$, $Sd = .777$) iaitu pengunjung dapat menikmati keindahan pemandangan dari dalam bilik hotel ini.

Analisis Faktor Kemudahan

Jadual 3: Skor Min Bagi Pemboleh Ubah Tidak Bersandar Faktor Kemudahan

Item	N	Min	Std. Deviation
S1.	100	4.32	.796
S2.	100	4.49	.667
S3.	100	4.49	.707
S4.	100	4.49	.687
S5.	100	4.38	.753

Berdasarkan jadual 3 di atas terdapat responden yang bersetuju pengurusan surau di hotel ini sangat bersih dan selesa iaitu jumlah min paling tinggi ($M = 4.49$, $Sd = .707$). Seterusnya, min sama tertinggi ($M = 4.49$, $Sd = .687$) bahawa pengunjung bersetuju tempat duduk dan meja pengujung disediakan di ruang menunggu. Selain itu, min sama tertinggi ialah ($M = 4.49$, $Sd = .667$) yang membuktikan pengunjung bersetuju tempat letak kenderaan di hotel ini mempunyai ruang yang selesa. Min kedua tertinggi ialah ($M = 4.38$, $Sd = .753$) yang bersetuju bahawa pengurusan keselamatan di hotel ini amat lengkap. Dan yang terakhir min paling rendah ialah ($M = 4.32$, $Sd = .796$) yang bersetuju bahawa alat senaman di dalam gym hotel ini ini berada dalam keadaan yang baik.

Analisis Faktor Kualiti Perkhidmatan

Jadual 4: Skor Min Bagi Pemboleh Ubah Tidak Bersandar Faktor Kualiti Perkhidmatan

Item	N	Min	Std. Deviation
S1.	100	4.40	.616
S2.	100	4.33	.706
S3.	100	4.31	.741
S4.	100	4.30	.790
S5.	100	4.28	.879

Berdasarkan jadual 4, menunjukkan pembolehubah tidak bersandar kualiti perkhidmatan. Responden bersetuju dengan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan di hotel ini iaitu dengan jumlah min paling tertinggi ($M = 4.40$, $Sd = .616$) bahawa mereka bersetuju para pekerja di hotel ini memberikan maklumat yang tepat. Seterusnya, min kedua tertinggi ialah ($M = 4.33$, $Sd = .706$) yang membuktikan bahawa para pegawai dan pekerja memberikan layanan yang baik dan mesra kepada pelanggan. Selain itu, min ketiga tertinggi ialah ($M = 4.31$, $Sd = .741$) yang bersetuju bahawa pelayanan makanan yang cekap dan cepat. Seterusnya, min keempat tertinggi ialah ($M = 4.30$, $Sd = .790$) dan min yang terendah ialah ($M = 4.28$, $Sd = .879$).

Analisis Faktor Harga

Jadual 5: Skor Min Bagi Pemboleh Ubah Tidak Bersandar Faktor Harga

Item	N	Min	Std. Deviation
S1.	100	4.32	.813
S2.	100	4.34	.864
S3.	100	4.38	.676
S4.	100	4.41	.775
S5.	100	4.49	.646

Berbandukan jadual 5 di atas terdapat 5 soalan yang telah diajukan kepada responden dalam bahagian ini. Kesemua soalan ini adalah berkenaan harga di Hotel Grand Alora, Alor Setar, Kedah. Min tertinggi ialah ($M = 4.49$, $Sd = .646$) soalan kelima iaitu pengunjung bersetuju harga bilik bersesuaian dengan keluasan dan kemudahan yang disediakan. Seterusnya, min kedua tertinggi ialah ($M = 4.14$, $Sd = .775$) yang membuktikan pengunjung bersetuju harga bilik di hotel adalah harga tetap dan tiada bayaran tambahan. Min ketiga tertinggi ialah ($M = 4.38$, $Sd = .676$) membuktikan bahawa pengunjung bersetuju harga yang ditetapkan di hotel ini adalah berpatutan. Bagi soalan kedua jumlah min tertinggi keempat iaitu ($M = 4.34$, $Sd = .864$) membuktikan bahawa pengunjung bersetuju denda yang dikenakan terhadap pelanggan yang bersalah adalah bukan satu penindasan. Min yang terendah iaitu ($M = 4.32$, $Sd = .813$) bersetuju harga yang ditawarkan tidak mengandungi unsur faedah.

ANALISIS KORELASI PEARSON

Jadual 6: Dapatan Nilai Korelasi Pearson

Pemboleh ubah	Nilai
Kepuasan Pelanggan	-
Kemudahan	.762
Kualiti Perkhidmatan	.805
Harga	.712

Jadual 6 menunjukkan nilai korelasi untuk kajian bagi mempunyai hubungan signifikan positif antara pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah tidak bersandar. Nilai korelasi anantara hubungan kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelanggan ialah ($r = .805$). Seterusnya, ialah hubungan kepuasan pelanggan dengan kemudahan ialah ($r = .762$) manakala nilai yang terakhir ialah hubungan antara kepuasan pelanggan dengan harga ialah ($r = .712$). Secara keseluruhannya, layanan mempunyai hubungan yang kuat dalam tahap kepuasan pelanggan di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka.

Jadual 8: Dapatan Ujian Analisis Regrasi Berganda

Coefficients^a

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
1					
(Constant)	3.496	1.516		2.305	.024
Kualiti Perkhidmatan	.506	.112	.530	4.496	.000
Kemudahan	.286	.138	.294	2.070	.042
Harga	.044	.123	.049	.362	.719

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan jadual 8 di atas Kualiti Perkhidmatan merupakan penyumbang kepada kepuasan pengunjung di Hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka berdasarkan nilai beta ($\beta=.530$). Selain itu, kemudahan juga menyumbang kepada kepuasan pengunjung dengan nilai beta sebanyak ($\beta=.294$). Seterusnya, harga juga menyumbang kepada kepuasan pengunjung dengan nilai beta sebanyak ($\beta=.049$). Berdasarkan analisa yang telah dilakukan ketiga – tiga hipotesis ini diterima.

KESIMPULAN

Melalui penelitian terhadap kajian ini dan merujuk kepada hasil dapatan yang diperoleh kajian terhadap kepuasan pelanggan ini haruslah dilakukan kerana hotel ini merupakan tempat yang popular untuk pengunjung berkunjung. Kajian kepuasan pelanggan ini juga boleh dijalankan dalam beberapa tahun dari sekarang untuk mengenalpasti tahap kepuasan pelanggan terhadap layanan, kemudahan, harga di hotel-hotel sekitar Ayer Keroh, Melaka. Di samping itu, pihak pengurusan hotel-hotel di sekitar Ayer Keroh, Melaka juga dapat memperbaiki kelemahan pengurusan mereka dari masa ke masa. Kajian ini juga boleh membantu pihak hotel untuk membuat penambahbaikan terhadap kemudahan, kualiti perkhidmatan, harga dan juga dari aspek-aspek lain.

RUJUKAN

- Ahmad, S. Z., Ahmad, N., & Papastathopoulos, A. (2018). Measuring service quality and customer satisfaction of the small-and medium-sized hotels (SMSHs) industry: lessons from United Arab Emirates (UAE). *Tourism Review*.
- Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021, May). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. In *Ali, BJ, Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, AA, Muhamed, AS, Noori, HN, Anwar, G.(2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. International journal of Engineering, Business and Management j*(Vol. 5, No. 2, pp. 65-77).
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 380-392.
- Budur, T., & Poturak, M. (2021). Employee performance and customer loyalty: Mediation effect of customer satisfaction. *Middle East Journal of Management*, 8(5), 453-474.
- Bucak, T. (2014). The effect of service quality on customer satisfaction: A research on hotel businesses. *International Journal of Education and Research*, 2(1), 1-12.
- Chong, Y. T., Lim, E. M., Ng, C. Y., & Wong, C. S. (2016). *Factors that affecting customer satisfaction among local tourists toward budget hotels in Malaysia* (Doctoral dissertation, UTAR).
- Cingula, M., Przygoda, M., & Detelj, K. (Eds.). (2017). Economic and Social Development (Book of Proceedings), 23rd International Scientific Conference on Economic and Social. *ubiquity*, 15, 16.
- DAM, S. M., & DAM, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585-593.
- Enoch, M., Monsuur, F., Palaiologou, G., Quddus, M. A., Ellis-Chadwick, F., Morton, C., & Rayner, R. (2022). When COVID-19 came to town: Measuring the impact of the coronavirus pandemic on footfall on six high streets in England. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 49(3), 1091-1111.
- Halimah, A. N. (2020). *Proses Penyelesaian Sengketa Tentang Pemanfaatan Air Tanah Antara Hotel Fave Dengan Masyarakat Miliran Di Yogyakarta* (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Hayat, N. H. B., & Sern, T. J. (2020). Kajian Rintis Faktor Peramal Kepuasan Pelanggan Tentang Kualiti Perkhidmatan Dan Imej Perbankan Komersial Dalam Kalangan Pelajar Universiti Putra Malaysia. *KnE Social Sciences*, 96-115
- Ishari, M. A. (2015). *Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan Kajian Untuk Industri Hotel* (Doctoral dissertation, Universiti Teknologi Malaysia).

- Jiang, Y., & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Khalifa, G. S., Trung, N. V. H., & Hossain, M. S. (2022). Predicting Customer Engagement Behaviour: The mediating role of hotel functional quality in the Vietnamese Hotel industry. *International Journal of Services and Operations Management*, 43(3), 312-337.
- Lim, K. C., Mohd Yusof, M. F., & Abdul Razak, R. (2008). Pengurusan kemudahan sukan dan rekreasi satu tinjauan di hotel dan resort kawasan peranginan pantai wilayah utara Semenanjung Malaysia. Margaretha, F., Wirawan, S. E., & Wowor, W. (2022). The Influence of Service Quality Toward Customer Loyalty at Five-star Hotel in Bali. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(2), 175-186.
- Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., Pereira-Moliner, J., Lopez-Gamero, M. D., & Pertusa-Ortega, E. M. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50, 41-54.
- Myo, Y. N., Khalifa, G. S., & Aye, T. T. (2019). The impact of service quality on customer loyalty of Myanmar hospitality industry: the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Management and Human Science (IJMHS)*, 3(3), 1-11.
- Nik Abdul, N. M. S. (2021). Pendekatan Dakwah Bil Hal Dalam Menentukan Ciri-Ciri Hotel Patuh Syariah. In *UnIPSAS Conference and Proceedings* (Vol. 1, No. 1, pp. 257-269).
- Pallant, Julie. (2011). *spss-survival-manual A step by step guide to data analysis using SPSS*. Australia: National Library of Australia.
- Ramli, M. A. M., Nasir, M. A., & Adenan, H. (2017). Kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan homestay di Melaka: kajian kes di homestay Seri Tanjung. *Journal of Hospitality and Networks*, 1(1).
- Rianto, M. R., Setyawati, N. W., Rohaeni, H., & Woelandari, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2159-2166.
- Santoso, A. S., & Nelloh, L. A. M. (2017). User satisfaction and intention to use peer-to-peer online transportation: A replication study. *Procedia Computer Science*, 124, 379-387.
- Tabatchnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Needham Heights, MA.
- Tavitiyaman, P., Qu, H., & Zhang, H. Q. (2011). The impact of industry force factors on resource competitive strategies and hotel performance. *International journal of hospitality management*, 30(3), 648-657.