

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL
DEWINDA KOTA LUBUKLINGGAUIndra Pradana, Suwarno, M. Effendi
Universitas Bina Insan Lubuklinggauindrapradana21022001@gmail.com, suwarno@univbi.ac.id, meffendi@univbi.ac.id

ABSTRACT

In addition to high-quality service and a strategic location, customer satisfaction is a crucial factor. When customers experience the service provided by the hotel and consistently form a positive impression, the hotel staff must remain friendly and strictly adhere to Standard Operating Procedures (SOPs). Satisfied customers are more likely to return for future stays. Customer satisfaction depends on the product's perceived performance relative to the buyer's expectations. If the performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it meets expectations, the customer is satisfied. If performance exceeds expectations, the customer is highly satisfied. The problems in this study are 1) Is there an influence of service quality on consumer satisfaction at Dewinda Hotel in Lubuklinggau?, 2) Is there an influence of location on consumer satisfaction at Dewinda Hotel in Lubuklinggau?. 3) Is there an influence of service quality and location on consumer satisfaction at Dewinda Hotel in Lubuklinggau?. The purpose of this study is 1) To determine the influence of service quality on consumer satisfaction at Dewinda Hotel in Lubuklinggau. 2) To determine the influence of location on consumer satisfaction at Dewinda Hotel in Lubuklinggau. 3) To determine the influence of service quality and location on consumer satisfaction at Dewinda Hotel in Lubuklinggau. The type of research is quantitative. The sample is 94 people. Data collection is done by questionnaire. Data analysis uses t test and F test. The results of the study are that Service Quality and Location have a positive effect on Consumer Satisfaction. This is due to the results of the hypothesis test, which showed that the original sample estimated path coefficient for Service Quality and Customer Satisfaction was 0.443, with a significance level below 5%. This is indicated by the f-statistic of 3.972, which is greater than the f-table value of 1.984. The p-value is 0.000. The p-value (0.000) < $\alpha = 5$.

Keywords: Service Quality, Location, Customer Satisfaction

Article History

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak industri dibidang jasa, salah satunya adalah industri perhotelan. Hotel adalah satu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, untuk setiap orang yang menginap. Bisnis perhotelan telah banyak mengalami perubahan pada masa sekarang ini. Produk berupa jasa-jasa yang ditawarkan oleh sebuah hotel antara lain : Pelayanan kamar, MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), *Restaurant* dan *Wedding party*.

Hotel merupakan bagian yang integral dari usaha pariwisata yang menurut Keputusan Menparpostel disebutkan sebagai usaha akomodasi yang dikomersilkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut : kamar tidur (kamar tamu), makanan dan minuman,

pelayanan-pelayanan yang menunjang lain seperti tempat rekreasi, fasilitas olahraga, fasilitas dobi (*laundry*).

Banyaknya jumlah hotel yang berdiri di kota Lubuklinggau mendorong setiap hotel untuk saling bersaing dalam menarik konsumen untuk menginap di hotel yang telah tersedia. Salah satu upaya dalam menarik konsumen adalah selalu mementingkan kepuasan para tamu dengan menjaga kualitas pelayanan terdapat di hotel. Karena kualitas pelayanan sangatlah penting dan merupakan salah satu kunci sukses dari setiap produk dan layanannya.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana hotel dapat memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para pengunjung puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pengunjung (Munthe et al., 2022).

Kualitas layanan merupakan strategi yang ada, serta menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta menghindari perpindahan konsumen. Bisnis yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik berdampak pada kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2017), kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan tingkat pelayanan perusahaan dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menentukan penyampaian yang memenuhi harapan pelanggan (Fairliantina & Fachrrurozi, 2022).

Selain kualitas layanan, lokasi juga termasuk hal yang penting dalam mengembangkan usaha perhotelan. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi. Adanya tempat yang mudah dijangkau menjadi faktor yang harus diperhatikan konsumen dan mendorong mereka untuk menginap. Lokasi yang ramai atau mudah dijangkau calon konsumen bisa dijadikan strategi oleh pemilik usaha. Menurut Lupiyoadi (2013), lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai penempatan operasi dan personel. Pentingnya lokasi bagi perusahaan jasa tergantung pada jenis dan tingkat interaksinya. Faktor lokasi meliputi konsentrasi, visibilitas, lalu lintas, lingkungan dan kompetisi (Fairliantina & Fachrrurozi, 2022).

Lokasi merupakan salah satu faktor-faktor dari situasional yang ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen tersebut. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Dimana didalam proses menentukan lokasi perusahaan agar mempertimbangkan keputusan dengan matang dan benar agar tidak terjadinya kerugian dikemudian waktu (Gian, 2023).

Selain kualitas layanan yang baik dan juga lokasi yang strategis maka akan adanya Kepuasan Konsumen. Kepuasan konsumen mengalami pelayanan yang diberikan pihak hotel, pelanggan selalu memberikan kesan yang baik tentang hotel tersebut, sehingga pihak hotel harus tetap ramah dan menjaga S.O.P kepada pelanggannya. Ketika konsumen puas, pelanggan kembali menginap lagi. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja produk yang dirasakan relatif terhadap harapan pembeli. Jika produk tidak berfungsi seperti yang diharapkan, pelanggan kecewa. Ketika produk berfungsi seperti yang diharapkan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (Fairliantina & Fachrrurozi, 2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya kualitas pelayanan dan lokasi berdasarkan kepuasan pelanggan.

Hotel Dewinda yang terletak di Jl. Yos Sudarso, Caroline Winasta dari Komplek Ruko Blok C1, Watervang, Kec. Lubuklinggau Timur I, Kota Lubuklinggau, Sumatera Selatan, hotel ini dilengkapi minibar, area duduk, bar diatap meliputi restoran dengan karaoke. Hotel ini

termasuk lokasi yang strategis karena jika berkendara ke Bandara Silampari, Prumnas Nikan Blok g3, Air Kuti, Kota Lubuklinggau, Sumatera Selatan hanya 15 menit, Lippo Plaza hanya 15 menit, JM supermarket Linggau hanya 15 menit, Watervang hanya 5 menit dan dekat dengan kawasan bisnis utama dan mal pusat kota. Hotel ini memiliki 73 kamar.

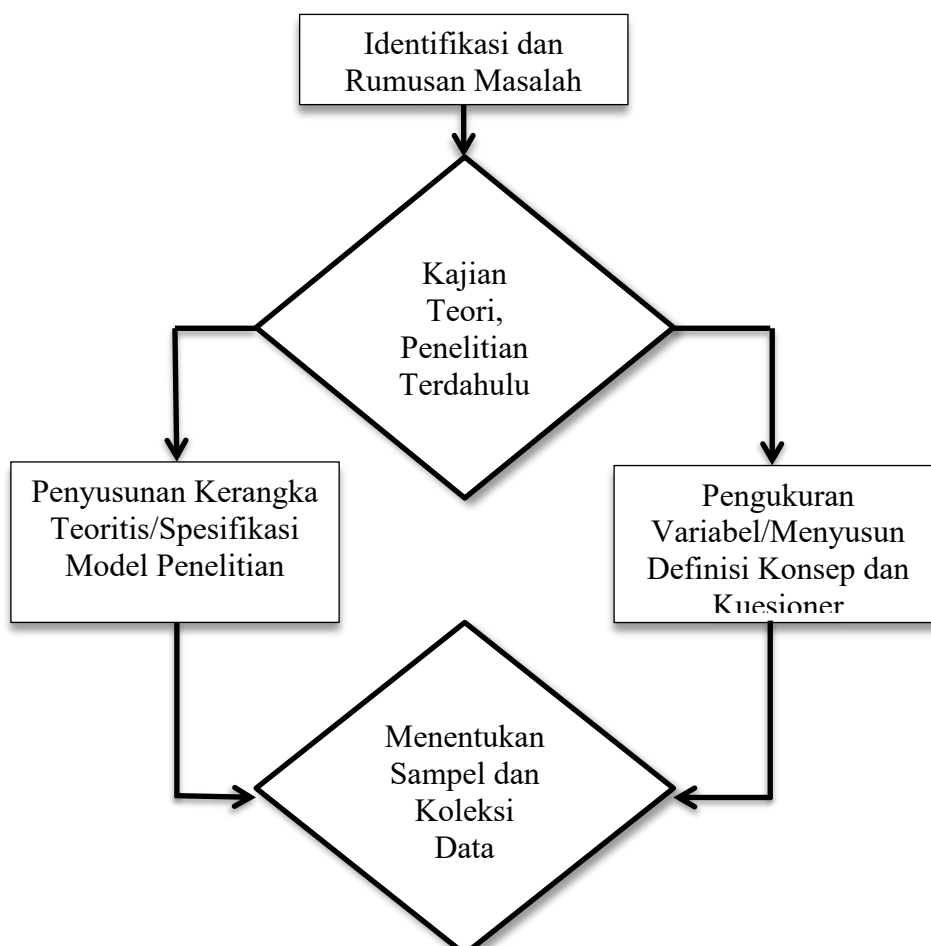
Pada saat melakukan observasi di Hotel Dewinda Lubuklinggau, di temukan beberapa permasalahan pelayanan seperti pelayanannya sudah mulai menurun, kurang fleksibel dan di lorong kamar juga tercium bau yang kurang sedap, bangunan hotel tidak tepat dipinggir jalan raya, terlalu dekat dengan pabrik gas elpiji, wifi yang sering gangguan, menu sarapan yang kurang bervariasi dan juga sering kehabisan.

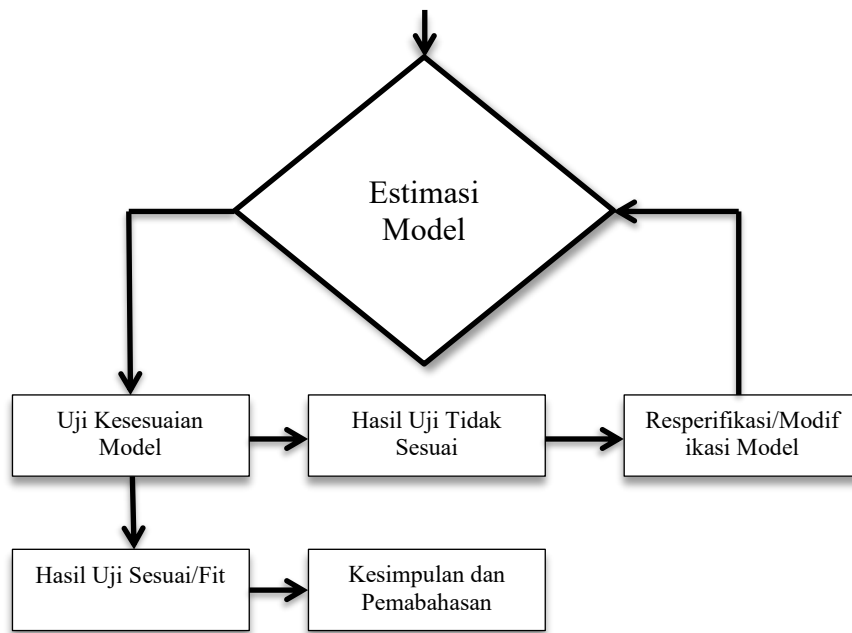
Berkaitan dengan terjadinya fenomena tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan memilih judul. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Dewinda Kota Lubuklinggau”**.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dewinda kota Lubuklinggau menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Sifat dari penelitian ini adalah metode kuantitatif.(Sugiyono, 2020) menyatakan kuantitatif merupakan suatu proses menemukan penegetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta tehnik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai paduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau *blue print* penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe Asosiatif dimana peneliti ingin mengetahui pengaruh dari variabel - variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Adapun langkah - langkah dalam Analisis SEM sebagai berikut.





Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2018b). Populasi dari penelitian ini diambil bulan bulan Oktober 2022 yaitu sebanyak 1.439 orang yang menginap.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut : (Sugiyono, 2018b)

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

$$n = \frac{1.439}{1 + 1.439 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{1.439}{1 + 1,439 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1.439}{15,39}$$

n = 93,502274204 dibulatkan menjadi 94

maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 94 orang, dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang menginap di Hotel Dewinda kota Lubuklinggau. Metode yang digunakan adalah *provurse random sampling* yaitu pengambilan sampel dengan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2018b).

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuisioner dan dokumentasi. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah hipotesis yang telah dibuat dalam penelitian ini

diterima atau ditolak, yaitu dengan melihat pengaruh hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai path coefficients, T Statistik dan P Values (Haryono, 2016). Jika path coefficients memiliki nilai > 0 , maka berpengaruh positif. Sebaliknya, jika path coefficients < 0 , maka berpengaruh negatif. T Statistik dan P Values digunakan untuk melihat signifikansi. Dikatakan memiliki pengaruh signifikan jika nilai T Statistik $\geq 1,96$ dan P Values $\leq 0,05$.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

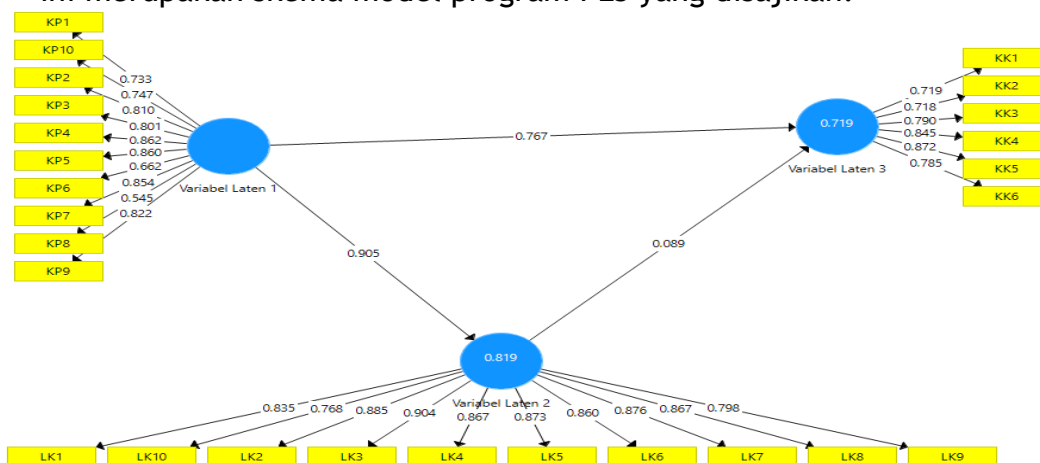
Analisis *Outer Model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model* yaitu:

- Convergent Validity.** Nilai *convergent validity* merupakan nilai *loading faktor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan melebihi dari angka > 0.7 atau sering digunakan batas 0.6, sebagai batasan minimal dari *loading factor*.
- Discriminant Validity.** Nilai ini merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan memadai, dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading konstruk yang lain.
- Average Variance Extrated (AVE).** Nilai AVE yang diharapkan melebihi dari angka > 0.5 .
- Compisite Reliability.** Data yang memiliki *composite reliability* > 0.7 dengan demikian data tersebut mempunyai reliabilitas yang tinggi.
- Cronbach Alpha.** Uji reliabilitas diperkuat dengan *cronbach alpha*. Nilai yang diharapkan melebihi dari angka > 0.6 untuk semua konstruk.

2. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*) bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antar indikator dengan variabel atau konstruk latennya. Validitas konvergen dari model pengukuran dengan refleKPi indikator dinilai berdasarkan korelasi antar *component score* atau item skor dengan *construct score* atau skor variabel laten yang diestimasi dengan menggunakan alat analisis program SmartPLS 3.

Adapun kalkulasi nilai *loading factor* indikator-indikator pada setiap variabel penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan program SmartPLS 3. Berikut ini merupakan skema model program PLS yang disajikan:



Gambar 1. Output Pengujian *Outer*

Berdasarkan gambar 1, menunjukkan estimasi dari nilai outer loading indikator dari setiap variabel laten variabel dengan hasil masing-masing indikator variabel laten penelitian sebagai berikut:

Tabel 1 Nilai *Outer Loading*

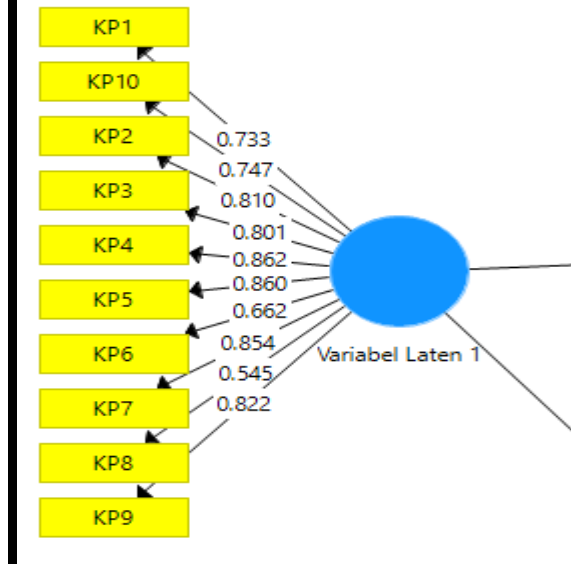
Variabel	Indikator	Kualitas pelayanan	Lokasi	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	KP 1	0.733		
	KP 2	0.810		
	KP 3	0.801		
	KP 4	0.882		
	KP 5	0.860		
	KP 6	0.662		
	KP 7	0.854		
	KP 8	0.545		
	KP 9	0.822		
	KP 10	0.747		
	KP 11			
	KP 12			
	KP 13			
	KP 14			
	KP 15			
Lokasi	LK 1		0.835	
	LK 2		0.767	
	LK 3		0.885	
	LK 4		0.904	
	LK 5		0.873	
	LK 6		0.860	
	LK 7		0.876	
	LK8		0.867	
	LK9		0.978	
	LK10		0.768	
	LK11			
	LK12			
	LK13			
	LK14			
	LK15			
Kepuasan Konsumen	KK 1			0.719
	KK 2			0.718
	KK 3			0.790
	KK 4			0.645
	KK5			0.872
	KK 6			0.785
	KK 7			

Pengolahan Data dengan SmartPLS, 2025

Hasil dari nilai *outer loading* seluruh konstruk pada tabel 4.32, menunjukkan bahwa terdapat nilai *outer loading* di bawah 0.70 dapat dilihat pada variabel **Kualitas Pelayanan** (KP) yang memiliki 1 nilai tergolong tidak valid yaitu KP8 (0,545) sedangkan ada 9 dinyatakan valid, sedangkan untuk nilai variabel Lokasi (LK) yang tidak ada yang tidak valid, berarti semuanya dinyatakan valid untuk nilai variabel Kepuasan Konsumen

(KK) tidak ada nilai tergolong tidak valid berarti nilai tersebut tidak memenuhi *convergen validity*. Berarti ada 8 nilai yang dinyatakan valid.

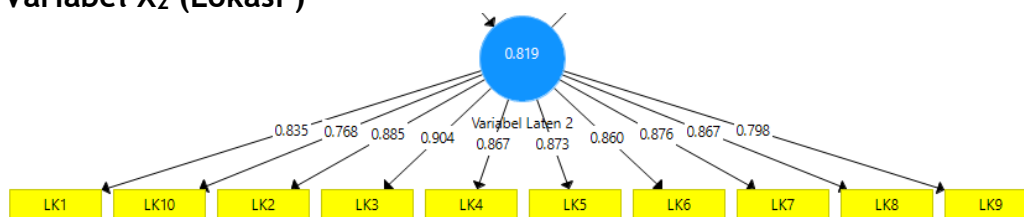
a. Variabel X_1 (*Kualitas Pelayanan*)



Gambar 2 Output X (*Kualitas Pelyanan*)

Hasil pengolahan data dengan PLS yang terlihat pada gambar 2 di atas, dapat dilihat bahwa hampir seluruh indikator pada variabel *Kualitas Pelayanan* memiliki nilai *loading* faktor kurang 0.6 kecuali indikator memiliki 2 nilai tergolong tidak valid yaitu KP6 (0,662) dan KP8 (0,545), yang memiliki nilai *loading* faktor lebih dari 0.6 yaitu 0.70 berarti memiliki tingkat validitas yang tinggi, sehingga memenuhi *convergen validity*. sedangkan untuk yang memiliki nilai *loading* faktor lebih kecil dari 0.6 memiliki tingkat validitas yang rendah sehingga indikator variabel tersebut perlu dieliminasi atau dihapus dari model.

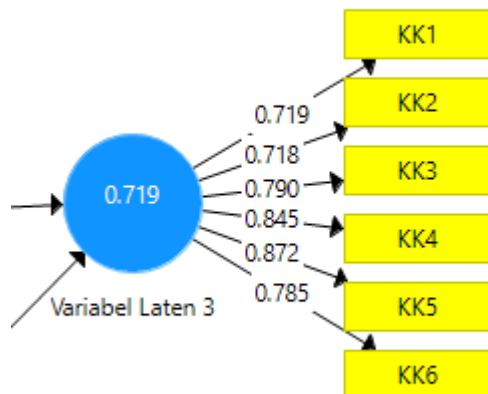
b. Variabel X_2 (*Lokasi*)



Gambar 3 Output X2 (*Lokasi*)

Hasil pengolahan data dengan PLS yang terlihat pada gambar 3 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar indiktor dari variabel Lokasi memiliki nilai *loading* yang lebih besar dari 0.6 semuanya yang memiliki nilai *loading* lebih dari 0.6 Untuk indikator yang memiliki nilai *loading* lebih besar dari 0.6 berarti memiliki tingkat validitas tinggi, sehingga memenuhi *convergent validity*. Sedangkan indikator variabel yang memiliki nilai *loading* lebih kecil dari 0.6 memiliki tingkat validitas yang rendah sehingga indikator variabel tersebut perlu dieliminasi atau dihapus dari model.

c. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

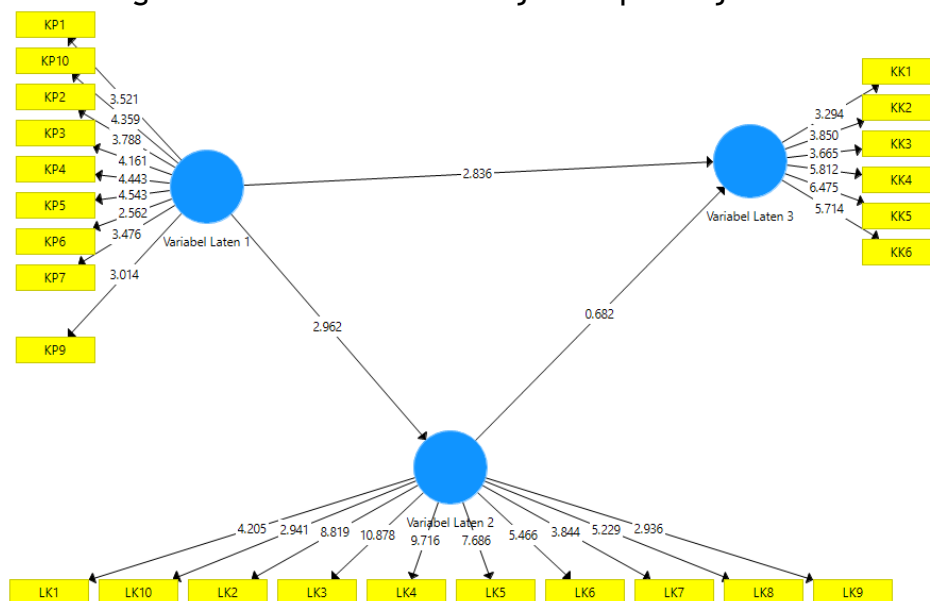


Gambar 4 Output Y (Kepuasan Konsummen)

Hasil pengolahan data dengan PLS yang terlihat pada gambar 4 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar indikator dari variabel Kepuasan konsumen memiliki nilai loading yang lebih besar dari 0.6 tidak ada berarti nilai tersebut 1 memenuhi *convergen validity* yaitu KK4 (0,645). Berarti ada 10 nilai yang dinyatakan valid.. Untuk indikator yang memiliki nilai loading lebih besar dari 0.6 berarti memiliki tingkat validitas tinggi, sehingga memenuhi *convergent validity*. Sedangkan indikator variabel yang memiliki nilai loading lebih kecil dari 0.6 memiliki tingkat validitas yang rendah sehingga indikator variabel tersebut perlu dieliminasi atau dihapus dari model.

2. Uji *Convergent Validity* setelah Modifikasi

Hasil kakPulasi dari skema model SmartPLS setelah indikator yang tidak memenuhi syarat nilai loading faktor dieliminasi atau di hapus, dalam gambar tersebut dapat dilihat nilai *loading* faktor indikator-indikator pada setiap variabelnya tidak ada yang di bawah 0.6 dengan demikian analisis dilanjutkan pada uji *Discriminant Validity*.



Gambar 5 Output Outer Loading PLS Modifikasi

Berdasarkan gambar 5, menunjukkan estimasi dari nilai outer loading indikator dari setiap variabel laten setelah dilakukannya modifikasi dengan mengeliminasi atau melakukan *drooping* pada variabel laten yang tidak valid atau tidak memenuhi syarat *validity convergen*. Masing-masing nilai digambarkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. *Output Outer Loading* PLS Modifikasi

Variabel	Indikator	Kualitas pelayanan	Lokasi	Kepuasan Konsumen
Kualitas pelayanan	KP1	0.758		
	KP10	0.758		
	KP2	0.853		
	KP3	0.796		
	KP4	0.812		
	KP5	0.789		
	KP7	0.775		
	KP9	0.785		
Lokasi	LK1		0.721	
	LK2		0.847	
	LK3		0.884	
	LK4		0.836	
	LK5		0.854	
	LK6		0.846	
	LK7		0.899	
	LK8		0.854	
	LK9		0.827	
Kepuasan Konsumen	KP1			0.913
	KP2			0.828
	KP3			0.819
	KP4			0.766
	KP5			0.740
	KP6			0.729

Pengolahan Data dengan SmartPLS, 2025

Hasil pengolahan data dengan Smart PLS yang terlihat pada gambar 1 dan tabel 2. diatas, menunjukkan bahwa seluruh indikator-indikator variabel memiliki nilai loading lebih besar dari 0.6 hal ini berarti memiliki tingkat validitas yang tinggi, sehingga memenuhi *convergen validity*. Pada tahap pengujian Validitas Konvergen digunakan nilai *Outer Loading* atau *Loading Factor*. Dalam hal ini suatu indikator dinyatakan memenuhi *Convergen Validity* dalam kategori baik apabila nilai *Outer Loading* > 0,6 (Imam Ghazali, 2015).

Tahapan ini memiliki dua kriteria nilai yang akan dievaluasi antara lain nilai *Loading Factor* dan *Average Variance Extrated* (AVE). Berikut ialah nilai dari *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian.

1) Nilai *Loding Factor*

Berdasarkan tabel 3, merupakan estimasi dari nilai outer loading setelah dilakukannya modifikasi dan eliminasi pada indikator variabel dengan hasil masing-masing indikator variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai *Loading Factor*

Variabel	Indikator	Kualitas pelayanan	Lokasi	Kepuasan konsumen
Kualitas Pelayanan (X1)	KP 1	0.781		
	KP 2	0.853		
	KP 3	0.796		
	KP 4	0.812		
	KP 5	0.789		
	KP 7	0.775		
	KP 9	0.785		
	KP 10	0.720		
Lokasi (X2)	LK1		0.833	
	LK2		0.847	
	LK3		0.884	
	LK4		0.836	
	LK5		0.854	
	LK6		0.846	
	LK7		0.899	
	LK8		0.854	
	LK9		0.827	
	LK10		0.785	
Kepuasan konsumen	KP1			0.766
	KP2			0.828
	KP3			0.729
	KP4			0.863
	KP5			0.740
	KP6			0.857
	KP7			0.913
	KP8			0.828
	KP9			0.819

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Output nilai loading faktor untuk variabel *Kualitas Pelayanan* setelah dimodifikasi dan dilakukan eliminasi tersisa dengan 1 (satu) indikator pengukuran, yaitu tergolong tidak valid yaitu tidak yang berarti nilai tersebut tidak memenuhi *convergen* dan Kepuasan Konsumen memiliki 2 (dua) nilai tergolong tidak valid loading faktor lebih besar dari 0,6 hal ini berarti memiliki nilai tingkat validitas yang tinggi, sehingga memenuhi *convergent validity*.

2) Nilai Average Variance Extrated (AVE)

Berdasarkan tabel 4., yang merupakan estimasi dari nilai *outer loading* setelah dilakukannya modifikasi dan eliminasi pada indikator variabel dengan hasil masing-masing indikator variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai *Average Varince Extracted* (AVE)

Varibel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Kualitas Pelayanan	0.617
Lokasi	0.659
Kepuasan Konsumen	0.680

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Syarat nilai AVE pada sebuah penelitian agar memiliki *discriminant validity* yang baik maka harus lebih besar dari > 0.5 . Namun dengan demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading factor 0.5-0.6 masih dianggap cukup (Chin, 1998) dalam (Imam Ghazali, 2015) .

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai AVE variabel *Kualitas Pelayanan* memiliki nilai AVE sebesar 0.617, Lokasi memiliki nilai AVE sebesar 0.659 dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai AVE sebesar 0.680 dimana dari nilai kedua variabel tersebut lebih besar dari > 0.5 . Dengan demikian nilai AVE pada penelitian ini dinyatakan telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

3. Uji Validitas Deskriminan (*Discriminant Validity*) setelah Modifikasi

Setelah dilakukannya *dropping* atau eliminasi pada setiap indikator-indikator yang tidak lulus uji *discriminant validity*, dengan demikian didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 5. Nilai *Cross Loading* setelah Modifikasi

Variabel	Indikator	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Kepuasan konsumen
Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	0.867	0.781	0.769
	KP2	0.634	0.853	0.744
	KP3	0.692	0.796	0.706
	KP4	0.701	0.812	0.746
	KP5	0.612	0.789	0.716
	KP7	0.629	0.775	0.692
	KP9	0.647	0.785	0.768
	KP10	0.635	0.720	0.606
Lokasi (X2)	LK1	0.811	0.802	0.833
	LK2	0.715	0.741	0.847
	LK3	0.706	0.807	0.884
	LK4	0.697	0.840	0.836
	LK5	0.696	0.847	0.854
	LK6	0.846	0.793	0.846
	LK7	0.795	0.844	0.899
	LK8	0.804	0.823	0.854
	LK9	0.781	0.761	0.827
	LK10	0.771	0.709	0.785
Kepuasan konsumen	KP1	0.766	0.717	0.773
	KP2	0.740	0.684	0.637
	KP3	0.729	0.665	0.623
	KP4	0.863	0.746	0.690
	KP5	0.886	0.725	0.799
	KP6	0.857	0.693	0.791
	KP7	0.913	0.749	0.812
	KP8	0.828	0.770	0.831
	KP9	0.819	0.736	0.785
	KP10	0.913	0.749	0.812

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Hasil estimasi *cross loading* pada tabel 5, menunjukkan bahwa nilai loading dari masing-masing item indikator terhadap variabel lten atau konstrukny (X1, X2 dan Y) lebih besar dari pada nilai *cross loading*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua

variabel laten atau konstruk sudah memiliki *discriminant validity* yang baik yaitu > 0.7 disetiap variabelnya. Berikut merupakan korelasi antar konstruk variabel laten:

Tabel 6. Korelasi Antar Konstruk

	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	0.785		0.875
Lokasi	0.934	0.812	0.914
Kepuasan Konsumen			0.914

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

4. Reliabilitas

a. Uji Composite Reliability

Outer Model selain diukur untuk menilai Validitas Konvergen Dan Validitas Diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas variabel laten atau konstruk yang diukur dengan melihat nilai *composite reliability* blok indikator yang mengukur konstruk. *Composite reliability* merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* $> 0,6$ (Imam Ghazali, 2015).

Berikut ini merupakan nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 7. Nilai Composite Reliability

	Composite Reliability
Kualitas Pelayanan	0.951
Lokasi	0.964
Kepuasan Konsumen	0.950

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Hasil estimasi dari tabel 7, menunjukkan nilai *composite reliability* untuk semua variabel laten atau konstruk berada di atas 0.7. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan. Dimana nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory research* dan nilai 0.6-0.7 dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory research* (Imam Ghazali, 2015).

b. Uji Cronbach Alpha

Outer Model selain diukur untuk menilai Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas variabel laten atau konstruk yang diukur dengan melihat nilai *cronbach alpha* blok indikator yang mengukur konstruk. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,7$. Berikut ini merupakan nilai dari *cronbach alpha* dari masing-masing variabel.

Tabel 8. Nilai Cronbach Alpha

	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	0.943
Lokasi	0.960
Kepuasan Konsumen	0.940

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

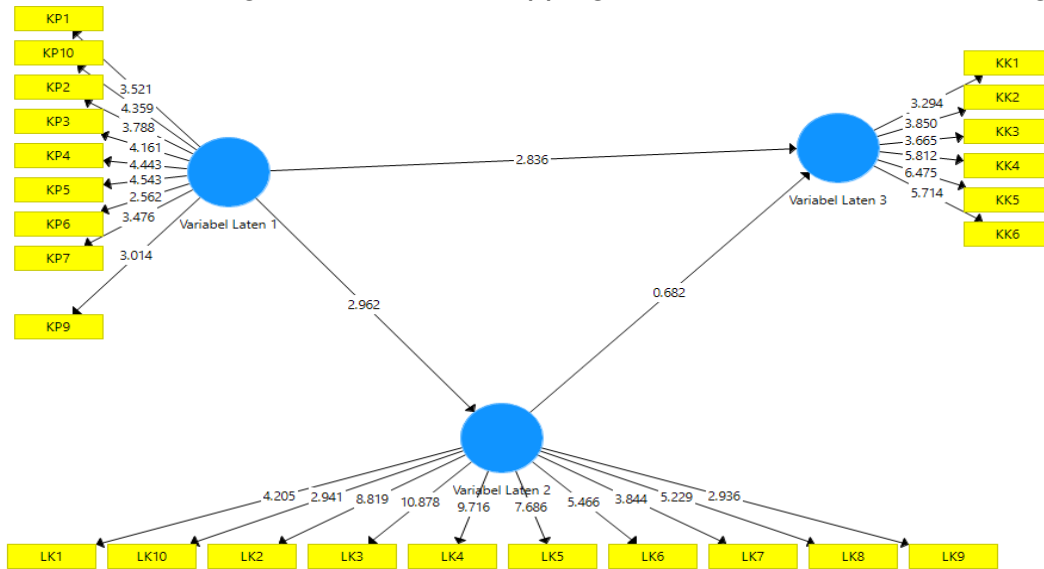
Hasil estimasi dari tabel 8, menunjukkan nilai *cronbach alpha* untuk semua variabel laten atau konstruk berada di atas 0.6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas

nilai minimum yang disyaratkan. Dimana nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory research* dan nilai 0.6 - 0.7 dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory research* (Imam Ghazali, 2015).

c. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam PLS, pengujian setiap hubungan dilakukann dengan menggunakan simulasi dengan menggunakan metode bootstrapping terhadap sampel. Pengujian ini bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data dalam sebuah penelitian, hasil pengujian

untuk dengan metode *bootstapping* dari analisis SmartPLS 3 sebagai berikut:



Gambar 5 Output Bootstrapping

Berdasarkan gambar 6, menunjukkan estimasi dari nilai outer loading indikator dari setiap variabel laten setelah dilakukanya modifikasi dengan mengelominasi atau melakukan *drooping* pada variabel laten yang tidak valid atau tidak memenuhi syarat *validity convergen*. Masing-masing nilai digambarkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 9 Nilai Output Bootstrapping

Variabel	Indikator	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Pelayanan (X1)	KP 2	6.963	0.000
	KP 7	4.956	0.000
	KP 9	4.554	0.000
	KP 11	4.944	0.000
	KP 16	8.766	0.000
	KP 17	6.822	0.000
	KP 18	4.050	0.000
Lokasi (X2)	LK 7	3.882	0.000
	LK 9	4.292	0.000
	LK 10	4.294	0.000
Kepuasan Konsumen (Y)	KP 7	5.942	0.000
	KP 8	5.957	0.000

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Analisis *Inner Model* menjelaskan pengaruh variabel laten endogen (Kualitas Pelayanan) dan Lokasi terhadap variabel laten endogen (Kepuasan Konsumen) untuk

mengetahui apakah diantara keduanya mempunyai pengaruh yang *substantive*. Uji yang dilakukan pada *inner model* yaitu:

d. Analisis R-Squares (R^2)

Nilai R^2 menunjukkan tingkat determinasi antar variabel endogen terhadap variabel endogennya. R^2 semkain besar menunjukkan tingkat determinasi yang semakin baik.

Tabel 4.10 Nilai R^2 (R-Squares)

	R-Squares
Kepuasan Konsumen	0.839

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Hasil perhitungan R-Squares untuk setiap variabel laten endogen dapat dilihat pada tabel 10, menunjukkan bahwa nilai R-Squares berada pada rentan 0.196. Berdasarkan hal tersebut maka hasil perhitungan R^2 menunjukkan bahwa R^2 termasuk dalam kuat (0.839). Untuk menunjukkan kategori model nilai R^2 yaitu 0.67 (Kuat), 0.33 (Moderate) dan 0.19 (Lemah) (Chin, 1998) dalam (Imam Ghazali, 2015).

e. Uji Hipotesis

Dasar yang digunakan dalam pengujian hipotesis merupakan nilai yang terdapat pada *output path coefficients*. Berikut output estimasi untuk pengujian hipotesis.

Tabel 11. Total Effects dan Specific Indirect Effects

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kualitas Pelayanan (X1) -> Kepuasan Konsumen (Y)	0.875	0.763	0.393	2.223	0.033
Lokasi (X2) -> Kepuasan Konsumen (Y)	0.762	0.747	0.192	3.972	0.000
Kualitas Pelayanan (X1) -> Lokasi (X2) -> Kepuasan Konsumen (Y)	0.712	0.613	0.356	2.001	0.053

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS3, 2025

Berdasarkan tabel 11, dapat kita lihat bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen terbukti. Hal ini disebabkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai efisiensi jalur *original sample* estimasi sebesar 0.013 dengan signifikan dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 3.972 dimana lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.984. nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai *P-value* ($0.000 < \alpha = 5$). Dengan demikian estimasi bahwa berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil regresi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan dan Lokasi maka semakin baik pula Kepuasan Konsumen dan berdampak pada semakin baiknya Kepuasan Konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis serta berbagai pengujian yang telah dilakukan, selanjutnya akan dilakukan pembahasan dari hasil olah data dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh antar variabel-variabel laten, baik berhubungan secara langsung maupun secara tidak langsung. Variabel pada penelitian ini ialah literasi

keuangan sebagai variabel X (variabel *independent*) dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Y (variabel *dependent*).

Penelitian ini melakukan modifikasi terhadap pengujian data dikarenakan terdapat beberapa hasil indikator tidak memenuhi syarat sehingga harus dilakukan *dropping* atau eliminasi pada setiap indikator variabel yang tidak memenuhi syarat *discriminant validity*. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi syarat apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0.7 (Imam Ghazali, 2015).

Indikator-indikator yang telah di eliminasi pada penelitian ini yaitu pada indikator Kualitas Pelayanan sebanyak delapan indikator yang harus di-*dropping* atau eliminasi karena nilai pada kedelapan indikator variabel tersebut tergolong rendah dan tidak sesuai kriteria sedangkan untuk indikator variabel Kepuasan Konsumen terdapat empat indikator variabel yang harus di-*dropping* atau eliminasi pada tahap pengujian dikarenakan indikator tersebut tergolong rendah dan tidak sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Dilakukannya *dropping* atau eliminasi pada tahap pengujian data sehingga didapatkan hasil yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sehingga proses pengujian dapat dilanjutkan ke tahap pengujian lanjutan untuk menghasilkan *output* yang diinginkan.

Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen terbukti. Hal ini disebabkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai koefisien jalur *original sample* estimasi sebesar 0.013 dengan signifikan dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 3.972 dimana lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.984. nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai *P-value* $(0.000) < \alpha = 5$.

Pengujian hipotesis menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen terbukti. Hal ini disebabkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai koefisien jalur *original sample* estimasi sebesar 0.013 dengan signifikan dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik 3.972 dimana lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.984. nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai *P-value* $(0.000) < \alpha = 5$. Dengan demikian estimasi bahwa berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil regresi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan dan Lokasi maka semakin baik pula Kepuasan Konsumen dan berdampak pada semakin baiknya Kepuasan Konsumen.

Merujuk pada hasil hipotesis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan hasil dua responden, variabel Kualitas Pelayanan secara empirik ternyata berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien jalur yang ditemukan antar dua variabel tersebut signifikan secara statistik. Dimana kontribusi langsung variabel Kualitas Pelayanan merupakan prediktor yang baik bagi Kepuasan Konsumen. Hasil perhitungan *R-Squares* untuk setiap variabel laten endogen dapat dilihat pada tabel 4.42, menunjukkan bahwa nilai *R-Squares* berada pada rentan 0.196. Berdasarkan hal tersebut maka hasil perhitungan R^2 menunjukkan bahwa R^2 termasuk dalam kuat (0.839).

Berdasarkan hasil penelitian, dimana penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (*financial literacy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (*financial behavior*). Oleh karena itu semakin baik Kualitas Pelayanan dimiliki semakin baik pula Kepuasan Konsumen (Neni Erawati, 2016)

Kepuasan Konsumen berhubungan dengan bagaimana seseorang dalam bekerja memperlakukan, mengelola dan menggunakan potensi yang ada padanya. Individu yang memiliki Kepuasan Konsumen yang bertanggung jawab cenderung efektif dalam menggunakan tepat waktu (Nababan & Sadalia, 2012).

Berdasarkan peneliti, Kualitas Pelayanan membantu seseorang terhindar dari masalah pekerjaan yang sering terjadi akibat kesalahan pengelolaan uang. Semakin meningkatnya

Kualitas Pelayanan yang dimiliki maka semakin baik pula Kepuasan Konsumen yang akan dilakukan. Pengertahuan serta kemampun menegelola pekerjaan pribadi dan pemahaman pekerjaan mengenai tabungan, asuransi dan investasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Hotel Dewinda Kota Lubuklinggau yang memiliki Kualitas Pelayanan yang tinggi, maka akan mendorong Kepuasan Konsumen yang baik pula.

SIMPULAN

Penelitian ini mengangkat judul tentang “Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Dewinda Kota Lubuklinggau”. Jumlah sampel penelitian ini menggunakan 98 responden Hotel Dewinda Kota Lubuklinggau. Setelah dilakukan uji, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian ini menemukan, bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen terbukti. Hal ini disebabkan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen menunjukkan nilai koefisien jalur *original sample* estimasi sebesar 0.443 dengan signifikan dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai f-statistik 3.972 dimana lebih besar dari nilai f-tabel sebesar 1.984. nilai *P-Value* sebesar 0.000. Nilai *P-value* ($0.000 < \alpha = 5$)
2. Penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka akan semakin baik pula Kepuasan Konsumen dan hal ini akan berdampak pada semakin haiknya pengelolaan pekerjaan.
3. Penelitian ini melakukan modifikasi terhadap pengujian dat arenkan terdapat beberapa hasil indikator tidak memenuhi syarat sehingga harus dilakukan *dropping* atau eliminasi pada setiap indikator variabel yang tidak memenuhi syarat *discriminant validity*.
- 4.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhini. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7), 1-23.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79-89.
- Burhanudin, B., & Ertyanto, O. (2021). Atribut Produk Dalam Pembentukan Loyalitas Konsumen. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(2), 99-111. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i2.1476>
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). 済無No Title No Title No Title.
- Fairliantina, E., & Fachrrurozi, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1), 163-173.
- Gery, M. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen the Aliga Hotel Padang. *Menara Ilmu*, 12(9), 92-102.
- Gian, E. I. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN PADA HOTEL ILOS BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)*, 17(April).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.

Lokasi, A. P. S. (n.d.). *Strategi lokasi bab 10*. 3(1), 75-81.

Muniroh, L., Kuraesin, E., Hasnin, H. R., & Mukharam, F. Al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Semplak, Bogor. *Jurnal Manajemen Inovator*, 11(1), 89-96.

Munthe, R. N., Damanik, E. O., Napitu, R., & Sriwiyanti, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Hotel Grand Palm pada Masa Pandemi di Kota Pematangsiantar. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 238. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.390>

Pramadivara, I. M. G., & Seminari, N. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Puri Saron Hotel Seminyak Kuta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia 1 Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK Latar Belakang. *Jurnal Ekonomi*, 1(1), 493-509.

Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30-44.

Sirhan, F., Wahyu, W., & Agung, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120-134. <https://media.neliti.com/media/publications/75420-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>

Stefanie, K. A. & D. L. S. (2018). Analisa Pengaruh Lokasi dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 104-113.

Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2018b). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (S. H. M. Setiawan (ed.); 2nd ed.). ALPABETA.

Sugiyono, D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Supriyanto, S., & Purba, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Wali Jaya Utama. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 92-105. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.651>

Triyoko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56-61. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i1.818>