

## Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel

**Tita Widya Pratiwi**

Jurusan Manajemen Perusahaan – STIE STEMBI Bandung

**Agung M. Taufik**

Jurusan Manajemen Perusahaan – STIE STEMBI Bandung  
agungmtaufik@stemberi.ac.id

**Gunawan**

Jurusan Manajemen Perusahaan – STIE STEMBI Bandung  
gunawan@stemberi.ac.id

Abstrak

**Tujuan\_** (1) Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan pada Hotel Jelita Parahyangan (2) Untuk mengetahui kondisi kepuasan pelanggan pada Hotel Jelita Parahyangan (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Jelita Parahyangan.

**Desain/Metode\_** Dalam menganalisa penelitian ini, digunakan metode analisis regresi sederhana.

**Temuan\_** Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Implikasi\_** Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka pelayanan hotel harus ditingkatkan.

**Originalitas\_** Teknik pengumpulan data menggunakan angket / kuisioner yang disebar kepada 45 responden

**Tipe Penelitian\_** Studi Empiris

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

### I. Pendahuluan

Menurut sumber data dari **BPS ( Badan Pusat Statistik ) Kota Bandung tahun 2012**, ada sebanyak **340 bangunan** hotel yang ada di kota Bandung dengan **jumlah kamar sebanyak 16.150 kamar**. Akan tetapi dengan jumlah sebesar **340 bangunan hotel**, permintaan penginapan para wisatawan masih belum terpenuhi, terutama pada long weekend, atau hari libur nasional. Maka dari itu, para pelaku bisnis perhotelan melihat fenomena tersebut sebagai peluang bisnis yang menarik, sehingga mereka berlomba-lomba dalam membangun hotel dengan berbagai macam fasilitas dan penawaran harga. Dalam mensiasati persaingan dalam bisnis perhotelan, pihak manajemen perlu melakukan peningkatan fasilitas hotel . Fasilitas yang lengkap serta didukung dengan pelayanan yang baik, maka kepuasan pelanggan pun akan semakin terpenuhi. Semakin baik kualitas pelayanan tersebut, semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari pelanggan. Hal ini lah yang menjadi faktor penentu bertahan serta berkembang nya sebuah hotel di tengah persaingan yang ketat para pelaku industri bisnis perhotelan. Menurut Phillip Kotler ( dalam Supranto, 2011 : 231), yaitu terdapat lima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan ; *Tangibles* ( bukti fisik ) , *Reliability* ( kepercayaan ), *Responsiveness* ( daya tanggap), *Assurance* ( jaminan ), dan *Empathy* ( empati ). Kualitas pelayanan atau jasa yang diberikan sebuah perusahaan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *expected service* dan *perceived service*. Ini artinya bahwa kualitas harus dimulai dari jasa yang diharapkan oleh konsumen dan berakhir

pada persepsi konsumen itu sendiri. Dengan kata lain bahwa setiap jasa yang dihadirkan tidak dapat dinilai dari sudut pandang sebuah penyedia jasa tetapi dari sudut pandang konsumen yang menikmati jasa tersebut. Pada operasional nya, sebuah hotel memberikan berbagai macam fasilitas yang dapat dipergunakan oleh pelanggan. Fasilitas-fasilitas yang digunakan tidak selalu berjalan dengan lancar. Seringkali timbul hambatan-hambatan dalam penggunaan fasilitas atau pun mekanisme pelayanan yang dilakukan oleh petugas operasional hotel. Adapun hambatan dalam fasilitas ataupun pelayanan, menyebabkan ketidakpuasan dari pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan umumnya disampaikan dalam bentuk keluhan. Akan tetapi, Keluhan-keluhan yang disampaikan tersebut masih bersifat sementara. Belum mewakili penilaian terhadap kepuasan atau ketidakpuasan para pelanggan. Penulis berpendapat bahwa keluhan merupakan hasil dari kinerja kualitas yang buruk dari sebuah pelayanan, maka hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan. Akan tetapi pendapat tersebut masih perlu dianalisis dengan mengacu pada situasi nyata pada sebuah operasional hotel, yakni terutama hotel yang saat ini diteliti yaitu Hotel Jelita Parahyangan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Hotel Jelita Parahyangan Bandung.
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan Hotel Jelita Parahyangan Bandung.
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Jelita Parahyangan Bandung.

Tujuan dari penelitian ini dilakukan oleh penulis adalah :

1. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan pada Hotel Jelita Parahyangan.
2. Untuk mengetahui kondisi kepuasan pelanggan pada Hotel Jelita Parahyangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Jelita Parahyangan.

## II. Kajian Teori

### Kualitas Pelayanan

Menurut Montgomery ( **Supranto, 2011 : 2** ) : Quality is the extent to which products meet the requirements of people who use them. Jadi produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan terutama pelanggan nya. Pada sebuah usaha jasa, produk yang dihasilkan berupa service atau pelayanan. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi / menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis ( **Sulastiyono, 2011 : 30** ). Nilai dari kualitas sebuah pelayanan menjadi penentu keberhasilan sebuah usaha di bidang jasa. Kualitas pelayanan yang baik adalah yang mampu memenuhi tingkat harapan dan keinginan para pelanggan nya.

Kualitas pelayanan dapat kita ukur. Ukuran kualitas pelayanan dipakai untuk mengetahui nilai kepuasan dari pelanggan yang memakai produk dari perusahaan tersebut. Pelanggan yang dalam usaha perhotelan sering disebut sebagai tamu, akan menilai sebuah kualitas pelayanan yang diberikan, melalui 5 dimensi ( **Sulastiyono, 2011 : 36** ), yaitu:

1. Realibilitas, yaitu kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu
2. Responsif, yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu
3. Kepastian / Jaminan, yaitu sebuah penentuan kompetensi dalam memberikan pelayanan kepada tamu, dengan bersifat ramah, respek, dan sopan
4. Empati, yaitu pendekatan secara khusus kepada tamu dengan memberikan perlindungan, rasa perhatian, kebutuhan dan perasaan tamu
5. Nyata, yaitu sesuatu yang nampak nyata seperti performa pegawai, dan berbagai fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel.

Akan tetapi, pengukuran lima dimensi tersebut, masih terbatas pada penyampaian jasa, bukan hasil interaksi jasa tersebut. Menurut **Hartoko** dalam penelitiannya mengenai Hotel Santika Yogyakarta tahun 2010, bahwa kualitas jasa pelayanan sebuah hotel terdiri dari 2 faktor yaitu ; *guest room values* dan *front office services*. Faktor *guest room values* terdiri dari 3 dimensi, yaitu : *tangibles* (nyata), *working environment* (lingkungan pekerjaan), dan *guest room setting* (tata ruang). Faktor *front office services* terdiri atas 3 dimensi, yaitu ; *responsiveness* ( daya tanggap ), *reality* ( keandalan ), dan *amenity* ( keramah tamahan ). ( **Hyesung Min dalam Hartoko, 2010 : 4** ).

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang dengan membandingkan hasil kinerja yang dirasakannya dengan harapannya ( **Djarmiko, 2012 : 75** ). Kepuasan juga merupakan hasil dari kinerja sebuah kualitas jasa. Memberikan sebuah pelayanan yang berkualitas bukan lagi sebuah pilihan bagi perusahaan jasa, tetapi merupakan keharusan. Menurut **Tjiptono ( 2011, 453-454 )**, terdapat 6 indikator kepuasan pelanggan, yaitu ;

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan  
Pelanggan langsung ditanya mengenai kepuasan terhadap sebuah produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasarkan produk atau jasa yang bersangkutan kemudian membandingkan nya dengan pesaing lain.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan  
Terdapat 4 tahap dalam indikator ini ;
  - a. Mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan pelanggan
  - b. Meminta pelanggan menilai kualitas jasa berdasarkan item spesifik
  - c. Meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item yang sama
  - d. Meminta pelanggan untuk menentukan dimensi yang paling penting dalam memuaskan pelanggan
3. Konfirmasi Harapan  
Kepuasan tidak langsung diukur melainkan menarik kesimpulan berdasarkan ketidak sesuaian berdasarkan ketidak sesuaian harapan dan dengan kinerja jasa yang dilakukan
4. Minat Pembelian / Penggunaan Ulang  
Kepuasan diukur berdasarkan perilaku pelanggan dalam pemakaian ulang atas jasa yang ditawarkan.
5. Ketersediaan Untuk Merekomendasikan rapan dan dengan kinerja jasa yang dilakukan

Para pelanggan yang menggunakan jasa penginapan datang dari berbagai kalangan. Banyak dari mereka yang datang dikarenakan rekomendasi rekan-rekan mereka atau keluarga. Hal ini merupakan suatu pembuktian bahwa para pelanggan yang loyal merasa puas terhadap pelayanan sebuah perusahaan jasa, sehingga secara sukarela merekomendasikan produk jasa yang dihasilkan suatu perusahaan.

### Pengertian Hotel

Banyak ahli yang telah mendefinisikan pengertian hotel. Seperti menurut **Hotel Proprietors Act, 1956 ( Sulastiyono , 2011 : 5 )**, hotel adalah : Suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Kemudian pengertian tersebut berkembang menjadi, Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum dan dikelola secara komersial ( **Sulastiyono, 2011 : 6** ).

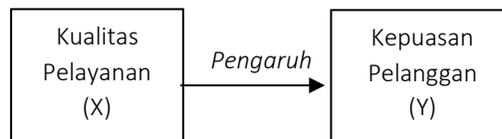
Dari pengertian tersebut terdapat kata 'komersil' yang berarti bahwa saat ini hotel merupakan sebuah unit usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam pemenuhan kebutuhan mereka secara materi atau uang. Para kelompok tersebut kemudian saling bekerja sama ataupun

membangun usaha perhotelan secara mandiri. Konsep usaha dan pelayanan semakin dikembangkan. Usaha perhotelan dengan fasilitas yang lengkap adalah sesuatu hal yang paling diminati oleh masyarakat. Terutama yang sedang berlibur ataupun hanya sekedar singgah untuk beristirahat. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa hotel saat ini telah menjadi sektor utama dari sebuah komoditi pariwisata di kota Bandung, mengingat permintaan pelanggan yang semakin melonjak, terutama saat long weekend atau hari besar. Hotel merupakan sebuah bentuk usaha jasa, pembangunan persyaratan hotel yang paling utama adalah kualitas pelayanan.

Hotel dapat dikatakan sebuah hotel yang berkualitas dan berdaya nilai jual tinggi adalah yang paling baik kualitas pelayanannya. Baik dari segi sumber daya manusia yang melakukan pelayanan ataupun dari segi fasilitas yang di berikan pihak manajemen hotel itu sendiri. Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kelancaran dan keberlangsungan sebuah perusahaan karena kepuasan konsumen sedikit-banyak dipengaruhi oleh pelayanan perusahaan ( **Djatmiko , 2011: 71** ). Terutama pada usaha perhotelan yang termasuk perusahaan bidang jasa yang sangat berorientasi pada kepuasan pelanggannya. Dengan banyaknya hotel yang dibangun di kota Bandung ini, meningkatkan produktivitas pelayanan merupakan manajemen strategi dalam menepis persaingan yang terjadi pada usaha perhotelan saat ini.

### III. Metode Penelitian

#### Model Penelitian



Gambar 1

#### Model Penelitian

Hipotesis adalah diduga kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Jelita Parahyangan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

#### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini, populasi yang dianalisis adalah, orang yang menjadi tamu / pelanggan pada Hotel Jelita Parahyangan Bandung yang berlokasi di Jalan Pasirkaliki No. 61 Bandung 40171. Subjek / Objek penelitiannya adalah Hotel Jelita Parahyangan Bandung yang berlokasi di Jalan Pasirkaliki No. 61, Kecamatan Cicendo, Kelurahan Arjuna Bandung 40171. Variabel yang dianalisis terdapat dua variabel yaitu Kualitas Pelayanan ( X ) dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ( Y ). Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner yang dibuat dengan menggunakan skala Likert 3 yaitu dengan skoring 1-3. Adapun mengenai pengumpulan data yang berhubungan dengan sejarah perusahaan serta informasi perusahaan lainnya, dilakukan dengan teknik wawancara.

Dalam menentukan sampel yang akan yang diteliti, penulis tidak menggunakan semua populasi yang ada. Sampel diambil dengan menjumlahkan total hunian yang menginap selama 7 hari, kemudian disortir dengan menggunakan rumus Slovin. Hasilnya menjadi hanya 45 orang dari 82 populasi.

Hasil data kuisioner yang telah diisi oleh sampel yang telah ditentukan, maka kemudian diuji guna memastikan data tersebut berkualitas, yaitu dengan realibilitas dan validitas. Untuk menguji realibilitas instrumen penelitian, digunakan teknik split half ( Spearman Brown ), atau disebut dengan teknik belah dua. Dan penujian tingkat validitas dengan menggunakan teknik analisis korelasi Pearson Moment.

Untuk menguji bagaimana pengaruh variabel dependen dengan variabel independen, teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi sederhana, dengan persamaan umum sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan ,

X = Variabel independen( Kualitas Pelayanan )

Y = Variabel dependen( Kepuasan Pelanggan )

a = konstanta

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, bila (-) arah garis turun.

n= banyaknya sampel.

#### IV. Hasil Dan Pembahasan

Pada penelitian kali ini seluruh pengujian hasil data menggunakan bantuan program SPSS 17.0. Uji pertama yang dilakukan adalah uji validitas. Uji validitas dari kedua variabel menunjukkan bahwa seluruh instrumen pernyataan tersebut layak untuk diikutsertakan dalam penelitian kali ini.

Selanjutnya ialah uji realibilitas. Uji realibilitas menunjukkan hasil yang reliabel. Artinya seluruh instrumen yang valid, memiliki tingkat ketepatan, keakuratan, dan kestabilan. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X), terhadap kepuasan pelanggan (Y), dilakukan analisis regresi sederhana. Hasil pengujian dengan proram SPSS 17.0 menunjukkan hasil sebagai berikut .:

Tabel 1. Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.597	.727		.821	.416
X	.112	.016	.725	6.904	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka persamaan reresi yang dihasilkan adalah sebagi berikut :

$$Y = 0,597 + 0,112X$$

Dari persamaan tersebut diperoleh hasil bahwa koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan ( X ) bertanda positif, artinya variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien regresi (b) mempunyai angka sebesar 0,112. Dengan begitu maka setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan ( X ) satu satuan nilai akan meningkatkan kepuasan pelanggan ( Y ) sebesar 0,112 satuan nilai.

Untuk pengaruh nya sendiri, dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi ( R<sup>2</sup>) persamaan regresi sebesar 52,6. Hasil tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel model summary, seperti berikut ini :

Tabel 2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.526	.515	.62111

a. Predictors: (Constant), X

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( X ) berpengaruh sebesar 52,6 % terhadap kepuasan pelanggan ( Y ). Angka ini terbilang tinggi karena kepuasan pelanggan akan tercipta secara langsung melalui kualitas pelayanan yang diberikan nya. Sisa nya sebanyak 47,4 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti ; tingkat hunian, daya beli, keputusan menginap dan lain-lain.

Dari hasil analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, koefisien regresi (b) mempunyai angka sebesar 0,112. Dengan begitu maka setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan ( X ) satu satuan nilai akan meningkatkan kepuasan pelanggan ( Y ) sebesar 0,112 satuan nilai. Hal ini juga diperkuat oleh hasil uji hipotesis nya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ( X ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( Y ).

## V. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Hotel Jelita Parahyangan Bandung, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Hotel Jelita Parahyangan secara keseluruhan sudah Baik. Untuk angka tertinggi dari hasil penilaian nya terdapat pada indikator Harga dan Lokasi. Harga yang relatif murah dan terjangkau, serta lokasi yang terletak di tengah kota Bandung, menjadikan keunggulan tersendiri bagi Hotel Jelita Parahyangan, dibandingkan Hotel lain sekelas nya. Akan tetapi masih ada indikator yang perlu diperbaiki dari segi fasilitas Wifi dan Air Panas yang seringkali dikeluhkan oleh pelanggan. Skor penilaian dari 45 responden menunjukkan kedua fasilitas tersebut berada pada skor "kurang baik".
2. Kepuasan Pelanggan Hotel Jelita Parahyangan sudah baik. Fasilitas dan keperluan yang dibutuhkan pelanggan saat menginap sudah memenuhi kepuasan pelanggan. Tingkat harapan dan citra positif yang disampaikan oleh Hotel Jelita Parahyangan sudah baik dimata para pelanggan setia nya.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan dari penghitungan analisis data menggunakan analisis regresi sederhana, hasilnya adalah setiap peningkatan kualitas pelayanan satu satuan nilai akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,112 satuan nilai.

## Daftar Pustaka

- Djarmiko, Budi. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Bandung : STEMBI Bandung Business School
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : CV. Alfabeta
- Sulastiyono Agus. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung : CV. Alfabeta.
- Supranto .2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy.2011. Pemasaran Jasa. Malang : Bayumedia.
- Hartoko, SF. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Hotel Santika Yogyakarta). Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- [www.jelitaparahyanganbandung.com](http://www.jelitaparahyanganbandung.com)
- [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)