

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP PADA HOTEL BUMI MALAYA MEDAN

Roberto Roy Purba¹, Idahwati²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email: robertoroypurba@gmail.com

ABSTRAK

Untuk menjawab pertanyaan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan tamu menginap maka dilakukan pengumpulan data. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variable kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4.719 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variable fasilitas nilai t hitung 3.592 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 22.162 lebih besar nilai F tabel = 2.70. Hasil perhitungan koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,310 berarti kepuasan tamu menginap ditentukan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. $Y = 3.666 + 0,437X_1 + 0,344X_2$. Nilai konstanta 3.666 artinya kepuasan menginap sebesar 36,66% jika kepuasan pelayanan dan fasilitas sama dengan nol. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,437 kepuasan menginap naik dan variabel lainnya tetap akibat kenaikan kualitas pelayanan sebesar 0,437. Nilai koefisien regresi fasilitas sebesar 0,344 artinya kepuasan menginap akan naik dan variabel lainnya tetap akibat kenaikan fasilitas sebesar 0,344%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Menginap

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini dunia bisnis sudah banyak persaingan yang begitu ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Dalam setiap persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada konsumen. Industri perhotelan di kota Medan pada saat ini sangat berkembang pesat, sukses atau tidaknya bisnis perhotelan tergantung dari manajemen hotel masing-masing. Mengelola hotel adalah pekerjaan yang

mudah jika manajemen yang di terapkan sudah tepat. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemeliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang malkukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Sulastiyono 2011:5). Kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan tamu dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis. Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima) Pujawan (2010:97). Disamping pelayanan yang berkualitas, sebuah fasilitas juga sangat berperan dalam menjaring pelanggan. Yang dimana fasilitas merupakan prasarana yang tujuannya mempermudah pelanggan dalam melakukan aktivitas-aktivitasnya. Para pelanggan sekarang lebih dominan mempertimbangkan faktor-faktor dalam hal untuk menentukan sebuah produk atau jasa yang mereka inginkan termasuk jasa yang bergerak dibidang perhotelan. Fasilitas menjadi suatu pertimbangan oleh seorang pelanggan dalam menentukan pilihannya untuk menginap dihotel. Seperti hal dalam tingkat harga yang sama atau tidak jauh beda, fasilitas yang bagus, keren, dan lengkap yang disediakan oleh pihak hotel, maka dari itu akan timbul rasa puas dan nyaman yang dirasakan para pelanggan, semua itu akan membuat para pelanggan memilih hotel tersebut, karena kelengkapan fasilitas nya. Fasilitas sebuah alat yang penting dalam kehidupan, jadi fasilitas harus dirawat dan dikelola secara benar dan baik selama masa gunanya, agar senantiasa dapat berguna dengan benar dan baik secara efektif, efisien dan ekonomis (Aryani Soemitro & Suprayitno, 2012: 1). Kepuasan pelanggan / tamu merupakan tujuan utama atau prioritas dari sebuah usaha industri perhotelan maupun usaha yang bergerak dibidang jasa lainnya, kenapa demikian karena dengan pelanggan atau tamu merasa puas terhadap layanan dan fasilitas yang diteloh sajikan, semua

itu bertujuan membuat hubungan antara pelanggan dengan penyedia jasa tersebut akan baik dan memberikan efek jangka Panjang dalam hubungan bisnis nya serta dapat memberikan citra yang baik mengenai hotel. Timbulnya rasa puas pada pelanggan bisa memberikan berupa manfaat seperti, terdapat pengaruh antara perusahaan bersama pelanggan, yaitu dapat menimbulkan hubungan yang lebih harmonis, serta juga dapat memberikan suatu hal dasar yang bagus untuk pembelian selanjutnya kemudian akan timbulnya rasa loyalitas pelanggan (Efnita, 2014: 107- 115). Berdasarkan dari pengertian diatas, maka peneliti dengan ini berupaya melaksanakan studi untuk meneliti dari dimensi-dimensi mana saja yang hendak mempengaruhi kebutuhan serta kepuasan tamu dalam menginap di Hotel Sahid Batam Center serta bertujuan untuk dapat memajukan pelayanan jasa di kedepannya. Maka dari itu peneliti akan melakukan studi penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Pada Hotel Bumi Malaya Medan

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari (2011), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, defenisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:174-175) antara lain :

1. Keandalan (Reability).Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
2. Kesadaran (Awareness) . Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.
3. Perhatian (Attention). Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.
4. Ketepatan (Asuracy) . Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik

Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisis menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan (Palenewen, 2014:187). Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia dilingkungan maupun didalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen merasa nyaman dan puas. Apakah arti sebuah perusahaan apabila tidak tersedia fasilitas, tanpa mesin-mesin produksi,

tanpa alat-alat kantor, dan tanpa tenaga kerja.

Indikator Fasilitas

Menurut Fandy Tjiptono, (2014:161) indikator fasilitas ada enam, yaitu :

1. Pertimbangan atau perencanaan spasial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan ruangan. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.
3. Perlengkapan atau perabotan. Perlengkapan atau perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna barang para pelanggan.
4. Tata cahaya dan warna. Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta susunan yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks.
5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

Kepuasan Tamu

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

Lovelock dan Wirtz (2016) mengungkapkan bahwa suatu usaha harus mampu untuk memberikan kepuasan kepada setiap konsumen karena akan mengarah pada terciptanya kepercayaan (*trust*) terhadap usaha tersebut.

Indikator Kepuasan Tamu

Menurut Kotler & Keller mempertahankan pelanggan merupakan hal penting. Oleh karena itu, terdapat lima indikator untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu;

1. Membeli lagi. Konsumen akan datang untuk membeli kembali.
2. Merekomendasikannya kepada orang lain. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain.
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. Konsumen hanya fokus kepada iklan dan merek yang disediakan oleh perusahaan, daripada yang disediakan oleh pesaing, karena ekspektasi konsumen telah terpenuhi di perusahaan.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. Konsumen akan selalu mengingat perusahaan yang telah memberikan kepuasan terhadap dirinya, sehingga apapun yang ingin konsumen beli, konsumen pertama sekali akan melihat di perusahaan itu, apakah perusahaan itu menyediakan barang yang konsumen inginkan.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan. Konsumen akan menawarkan ide produk atau jasa yang konsumen inginkan kepada perusahaan yang membuat konsumen merasa puas.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian dengan menggunakan penelitian statistik deskriptif yang dengan

menggunakan data kualitatif yang bersumber dari penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan akan diinterpretasikan dalam bentuk table atau diagram dalam mempermudah mengetahui pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat. Semua data yang dikumpulkan akan diidentifikasi untuk menghasilkan informasi melalui variable independen kualitas pelayanan dan fasilitas serta variable terikat adalah kepuasan tamu menginap.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Bumi Malaya Medan adalah sebanyak 124 responden. Teknik menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin adalah $n = \frac{124}{1+124(0,05)^2} = 95$ maka jumlah sampel adalah 95 responden.

Teknik Penumpukan Data

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert mempunyai gradasi positif sampai negative dimana responden memilih salah satu jawaban yang disediakan dalam daftar pertanyaan mulai dari 1-5.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Variable kualitas pelayanan dengan indikator Keandalan (Reliability) 0,803. Kesadaran (Awareness) 0,847. Perhatian(Attention) 0,604. Ketepatan (Accuracy) 0,800. Untuk variable fasilitas dengan indikator pertimbangan atau perencanaan spasial 0,657. perencanaan ruangan 0,709. perlengkapan atau prabotan 0,435. tata cahaya dan warna 0,361. pesan-pesan yang disampaikan secara grafis 0,666. Variable kepuasan menginap dengan indikator Membeli lagi. 0,416.

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

Merekomendasikannya kepada orang lain. 0,626. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. 0,682. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. 0,721. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan 0,668. Kesimpulan baha data valid karena r hitung lebih besar dari r table sebesar 0.2017.

Reabilitas

Variable kualitas pelayanan dengan reabilitas 0,803 dan reabilitas fasilitas 0,711 serta reabilitas keputusan menginap 0,746. Dari hasil reabilitas menunjukkan angka reabilitas lebih besar dari 0,60 maka reabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogrov Smirnov diperoleh nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 berarti data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui apakah terdapat multikoliniearitas atau tidak dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Dari hasil pengolahan diperoleh bahwa nilai VIF $1,047 \leq 10,00$ dan nilai Tolerance $0,955 \geq 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Dengan menggunakan uji Gletser menunjukkan Signifikansi kualitas pelayanan 0,890 dan fasilitas $0,126 > 0,05$ maka tidak terjadi kesamaan dari satu pengamatan dan pengamatan lainnya

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan regresi: $Y = 3.666 + 0,437X_1 + 0,344X_2$. Nilai konstanta 3.666 artinya kepuasan menginap sebesar 36,66% jika kualitas pelayanan dan fasilitas sama dengan nol. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,437 kepuasan menginap naik dan variabel lainnya tetap akibat kenaikan kualitas pelayanan sebesar 0,437. Nilai koefisien regresi fasilitas sebesar 0,344 artinya kepuasan menginap akan naik dan variabel lainnya tetap akibat kenaikan fasilitas sebesar 0,344%.

Uji-t

Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4.719 dan nilai variable fasilitas nilai t hitung 3.592 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802 berarti H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu menginap.

Uji-F

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 22.162 lebih besar nilai F tabel = 2.70 maka H_a diterima berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan tamu menginap.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 (r-square) diantara nol dan satu artinya nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,310 berarti keputusan tamu menginap ditentukan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu.

Dengan menggunakan pengujian diperoleh variable kualitas pelayanan

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

diperoleh nilai t hitung 4.719 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802 berarti H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu menginap. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rian Jaya tahun 2014. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variable fasilitas nilai t hitung 3.592 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802 berarti H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada fasilitas terhadap kepuasan tamu menginap. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rian Jaya tahun 2014. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa ada fasilitas terhadap kepuasan tamu menginap.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 22.162 lebih besar nilai F tabel = 2.70 maka H_a diterima berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu menginap. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rian Jaya tahun 2014. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu menginap.

KESIMPULAN

Dengan menggunakan pengujian diperoleh variable kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 4.719 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802. Dengan menggunakan pengujian diperoleh variable fasilitas nilai t hitung 3.592 lebih besar nilai t tabel sebesar 2.62802. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung 22.162 lebih besar nilai F tabel = 2.70.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- Donni, J. &. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I., 2005, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS. Edisi Kelima, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, &. A. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori. Dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
- Setiadi. N, J., 2015, Perilaku Konsumen Edisi Revisi, Preanadamedia Groub, Jakarta.
- Adhi, IA., Endang, MG., Shanti, P., 2016, Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap
- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Efnita. (2014). Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi Publisher
- Gaspersz. 2017. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

- Indrasari, 2011, Manajemen Pemasaran, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Irawan, Handi. 2002. Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta. Elex Media
- Kotler & Keller., 2007, Riset Penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Kotler dalam fandy Tjiptono (2018). dimensi kepuasan pelanggan. faktor-faktor kepuasan dimensi pelanggan
- Kotler, P dan Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock, C., & Wirtz, J., 2016, Services Marketing: People, Technology, Strategy. United States: World Scientific Publishing Company.
- Lupiyoadi, R., 2014, Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Palenewen, 2014, Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta.
- Pujawan, I. Nyoman. 2010. Supply Chain Management. Edisi kedua. Guna Widya. Surabaya.
- Soemitro, Aryani., 2012, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Penerbit Alfabeta
- Sulastiyono, Agus. 2011. Manajemen Penyelenggara Hotel. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono & Chandra, 2016, Manajemen Pemasaran Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2014, Pemasaran Jasa. Penerbit, C.V ANDI OFFSET, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy., 2012, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13, Erlangga, Jakarta
- Tjiptono. (2010). Konsep pemasaran . Malang: Bayumedia Publishing.