
Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Bisnis Hotel

Ryalest Maydio Balylo Boka,
Frangky Yongki Turang,
Ronald Yusak Boka,
Altje Ester Poli

Institut Teknologi Minaesa
Institut Teknologi Minaesa
Institut Teknologi Minaesa
Institut Teknologi Minaesa
E-mail : ryalestboka@gmail.com

ABSTRACT

The urgency of this research is to improve the quality of service of hotel business actors to increase customer satisfaction and the quality of the tourism industry in Tomohon City. This research was conducted to help hotel business actors to improve customer satisfaction by analyzing the quality of service and facilities as the main variables with a marketing management model because good quality of service and facilities are the main factors to strengthen the hotel business. The purpose of this research is to determine and analyze the quality of service and facilities using a marketing management model to improve customer satisfaction so as to be able to solve problems related to the National Research Master Plan on the focus of Social Humanities with the theme of Tourism and the Creative Economy and the topic of Creative Tourism Development as well as solving problems related to the second goal of the creative economy sector.

Key word: *Service and Facility Quality, Marketing Management, Tourism Industry, Customer Satisfaction, Tomohon City Tourist Attraction Area.*

ABSTRAK

Urgensi penelitian ini adalah meningkatkan kualitas pelayanan pelaku bisnis hotel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas industri pariwisata di Kota Tomohon. Penelitian ini dilakukan untuk membantu para pelaku bisnis hotel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menganalisa kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai variabel utama dengan model manajemen pemasaran karena kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik adalah faktor utama untuk memperkuat bisnis hotel. Dengan pesatnya perkembangan industri pariwisata, jalannya bisnis hotel akan sangat terpengaruh karena dibutuhkan industri pendukung yang dapat memudahkan wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa kualitas pelayanan dan fasilitas dengan menggunakan model manajemen pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mampu menyelesaikan permasalahan terkait dengan Rencana Induk Riset Nasional pada fokus Sosial Humaniora dengan tema Pariwisata dan Ekonomi kreatif dan topik Pengembangan Pariwisata Kreatif serta menyelesaikan permasalahan terkait asta cita ke 2 bidang ekonomi kreatif.

Kata kunci: **Kualitas Pelayanan, Kualitas Fasilitas, Manajemen Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Pariwisata Kota Tomohon**

PENDAHULUAN

Saat ini dunia bisnis sedang berada pada persaingan yang begitu ketat termasuk didalamnya pada bidang jasa perhotelan, dalam persaingan perhotelan, hotel banyak melakukan strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, serta memberikan kepuasan secara maksimal. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, namun jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas dan akan menjadi pelanggan tetap, sehingga memuaskan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan (Kotler & Keller, 2022).

Hotel merupakan organisasi yang berpusat pada sektor industri jasa serta memiliki konsep yang menggabungkan antara sebuah produk dan suatu layanan. Terdapat berbagai produk yang biasanya ditawarkan oleh penyedia jasa penginapan atau hotel yaitu konsep desain arsitektur hotel, interior serta eksterior bangunan, kamar serta restoran hotel, suasana kamar hotel, tempat makan di dalam hotel, serta keseluruhan fasilitas yang terdapat di dalamnya. Sedangkan berbagai bentuk pelayanan yang dijual kepada pelanggan antara lain sikap keramah-tamahan saat memberikan pelayanan dan keterampilan dari karyawan hotel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang datang (Nur & Fadili, 2021). Dengan pesatnya perkembangan industri pariwisata, jalannya bisnis hotel akan sangat terpengaruh karena dibutuhkan industri pendukung yang dapat

memudahkan wisatawan. Hotel sangat dibutuhkan oleh wisatawan untuk dijadikan tempat beristirahat, menginap, dan merencanakan berbagai kegiatan lain selama berwisata sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan penting dilaksanakan untuk mengembangkan industri pariwisata (Nur & Fadili, 2022, Boka, 2022, Von Briel & Dolnicar, 2020, Huang & Jin, 2020, Slocum & Macmahon, 2020, Sthapit & Barreto, 2020).

Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasional yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan proses operasi perusahaan ditentukan oleh banyak faktor antara lain; karyawan, teknologi, sistem, dan keterlibatan konsumen, serta seberapa besar masing-masing faktor tersebut dalam memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan (Tjiptono, 2020). Oleh karena itu, peneliti mengusulkan penelitian dasar pada skema PDP dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisa kualitas pelayanan dan fasilitas dengan menggunakan model manajemen pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mampu menyelesaikan permasalahan terkait dengan Rencana Induk Riset Nasional pada fokus Sosial Humaniora dengan tema Pariwisata dan Ekonomi kreatif dan topik Pengembangan Pariwisata Kreatif serta menyelesaikan permasalahan terkait asta cita ke 2 bidang ekonomi kreatif (DPPM, 2025)

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah sebuah seni yang mengatur, membimbing, memimpin, dan memanfaatkan SDM dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Boka, 2022). Sedangkan Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang selaras dengan tujuan organisasi (Kotler & Keller, 2022). Sehingga, Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam pertukaran potensial memikirkan cara untuk mencapai respons yang diinginkan dari pihak lain (Kotler & Keller, 2022).

Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Standard Hotel Objek Wisata

Dalam hal jaminan mutu, standar mutu dan sertifikasi merupakan hal yang lumrah bagi sektor akomodasi tradisional. Misalnya, industri perhotelan memiliki standar ISO yang berbeda. Standar ISO 18513:2003 membahas definisi istilah yang digunakan dalam industri pariwisata untuk mendefinisikan tipologi dan layanan akomodasi pariwisata (ISO, 2014). Logikanya adalah bahwa konsumen harus dilindungi oleh standar yang diberikan di satu sisi, dan di sisi lain, penyedia akomodasi harus memenuhi aturan tertentu (Miguel et., al, 2024). Di kota-kota dan negara-negara yang mewajibkan lisensi untuk mengoperasikan STR, persyaratan

biasanya meliputi: bukti kepatuhan terhadap kondisi sanitasi, kebakaran, dan peralatan minimum; persyaratan tentang ukuran kamar, kamar mandi, dapur; pengungkapan identitas tuan rumah; memperoleh asuransi tanggung jawab perdata; dan memajang logo identitas visual di apartemen (Von Briel & Dolnicar, 2020.), yang tidak mengubah kualitas layanan.

Dampak Kualitas Pelayanan pada Wilayah Pariwisata

Standar mutu dan sertifikasi berdasarkan definisi yang diberikan oleh International Organization for Standardization (ISO) memegang peranan penting dalam industri pariwisata secara umum, dan khususnya, di sektor akomodasi (Huang & Jin, 2020, Slocum & McMahan, 2020). Pengenalan standar tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa berbagai operator - misalnya, pembeli, penyedia, dan konsumen pariwisata - mampu membuat keputusan yang tepat berkat standarisasi istilah dan persyaratan khusus layanan pariwisata, destinasi, fasilitas, dan peralatan (ISO, 20200, Sthapit et., al, 2020).

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di kota Tomohon dengan menggunakan analisa kuantitatif dengan metode survey, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data kepada para pelanggan hotel yang tidak diketahui sehingga pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling. Dalam proses pengolahan data dari masing-masing variabel dan indikator, akan menggunakan analisis regresi linier berganda,

karena jumlah variabel yang lebih dari satu. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Adapun metode penelitian ini akan dilakukan dalam tiga tahapan:

Tahapan pertama:

Yakni akan melakukan pengumpulan data terkait dengan kualitas pelayanan dan fasilitas pada bisnis hotel.

Tahapan kedua:

Yakni melakukan pengolahan data dan analisis data terkait kualitas pelayanan dan fasilitas dengan model manajemen pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tahapan ketiga:

Yakni melakukan penyusunan laporan kemajuan, laporan akhir dan publikasi dari hasil penelitian terkait analisa kualitas pelayanan dan fasilitas untuk meningkatkan kualitas kepuasan pelanggan.

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yakni analisis kuantitatif, dimana Melalui pendekatan ini data dapat dianalisis dengan hasil yang objektif karena data dikumpulkan lewat kuesioner yang berisi skala pengukuran, yang dibagikan kepada sampel secara random. Data penelitian akan berupa angka-angka dan akan di analisis menggunakan statistik yang akan di uji menggunakan proses validitas dan reliabilitas (Sahir, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 75 responden dan dibagi ke dalam beberapa kategori, seperti; jenis kelamin, usia, dan pekerjaan dengan harapan mendapatkan responden dengan latar belakang yang beragam. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda sehingga dalam teknik analisis datae peneliti melakukan beberapa pengujian antara lain:

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengukur derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan peneliti melalui instrumen (Sugiyono, 2020)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0.409	Valid
	X1.2	0.481	Valid
	X1.3	0.487	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0.285	Valid
	X2.2	0.559	Valid
	X2.3	0.501	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.305	Valid
	Y.2	0.784	Valid
	Y.3	0.757	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Uji validitas dalam penelitian ini membuktikan bahwa tiap butir kuisisioner masing-masing variabel menghasilkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, r tabel yaitu 0,227. Hasil tersebut memberikan makna butir-butir kuisisioner adalah valid, dengan demikian butir-butir kuisisioner dapat digunakan sebagai

instrumen pengumpulan data penelitian untuk diolah dan dianalisis lebih lanjut.

keabsahannya sebagai alat instrumen pengumpulan data.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas alat ukur (kuesioner) agar hasilnya tetap sama (relatif sama) jika pengukuran dilakukan berulang kali terhadap gejala yang sama, sehingga instrumen penelitian dapat diandalkan dan kesimpulannya akurat. (Sugiyono, 2020)

3. Uji Normalitas

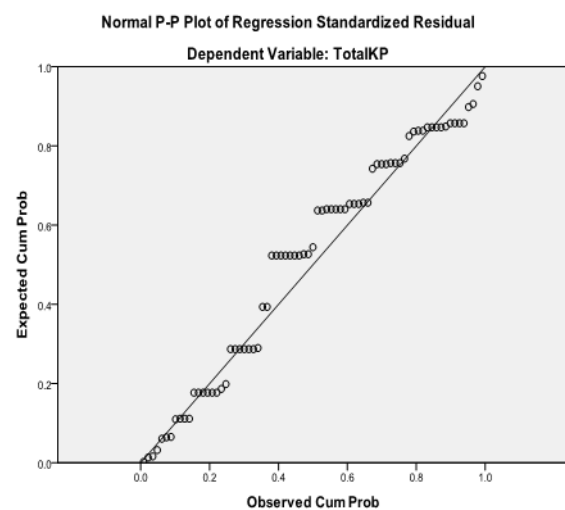
untuk mengetahui apakah data penelitian (terutama variabel dan residual model regresi) berdistribusi normal atau tidak, karena ini menjadi syarat penting agar bisa menggunakan metode statistik parametrik (seperti uji-t, ANOVA, regresi) yang mengasumsikan data normal, sehingga hasil pengujian hipotesis valid dan dapat dipertanggungjawabkan. (Sugiyono, 2020)

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbac Alpha	Status
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0.640	Reliable
	X1.2		Reliable
	X1.3		Reliable
Fasilitas (X2)	X2.1	0.630	Reliable
	X2.2		Reliable
	X2.3		Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.760	Reliable
	Y.2		Reliable
	Y.3		Reliable

Sumber: Data diolah, 2025

Uji reabilitas terhadap butir-butir kuisisioner masing-masing variabel menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari batasan penerimaan 0,6. Hasil tersebut memberikan arti bahwa butir-butir kuisisioner adalah *reliabel*, dengan demikian butir-butir kuisisioner dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian untuk diolah dan dianalisis lebih lanjut. Butir-butir kuisisioner dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena instrumen tersebut dapat dipercaya



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Grafik Normal P-Plot Regression Standardized Residual menggambarkan data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

4. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Tabel berikut ini menampilkan hasil olah data untuk koefisien regresi linear berganda. (Sugiyono, 2020)

Tabel 3. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations				Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero order	Partial	Partial	Tolerance	VIF		
(Constant)	5.084	1.629		3.121	.003							
TotalK	.352	.121	.338	2.905	.005	.485	.324	.288	.727	1.376		
TotalF	.305	.126	.282	2.430	.018	.459	.275	.241	.727	1.376		

Sumber: Data diolah, 2025

Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y=5,084+0,352X_1+0,305X_2$, koefisien regresi variable X1 sebesar 0,352 dan X2 sebesar 0.305 yang artinya untuk masing-masing peningkatan X1 dan X2 sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.352 untuk X1 dan sebesar 0,305 untuk X2 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

5. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi yang sudah dihasilkan, maka digunakan uji t untuk menguji masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2020)

Tabel 4. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.084	1.629		3.121	.003
TotalK	.352	.121	.338	2.905	.005
TotalF	.305	.126	.282	2.430	.018

Sumber: Data diolah, 2025

a. Pengujian hipotesis pertamah (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,905 > t$ tabel 1,993, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Koefisien regresi untuk variable bebas X1 (kualitas pelayanan) bernilai positif, menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b. Pengujian hipotesis kedua (H2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,018 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,430 > t$ tabel 1,993, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Koefisien regresi untuk variable bebas X2 (fasilitas) bernilai positif, menunjukkan adanya

pengaruh yang searah antara fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

6. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap variabel terikat (Y) kepuasan pelanggan baik secara simultan. Tabel berikut ini menampilkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan uji F. (Sugiyono, 2020)

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	32.605	2	16.302	14.944	.000 ^a
Residual	78.542	72	1.091		
Total	111.147	74			

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5, hasil analisis regresi di dapatkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ untuk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y dan nilai f hitung $14,944 > f$ tabel 3,122 sehingga dapat di simpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial maupun secara simultan sehingga dapat dijadikan bahan kajian guna menambah kualitas pelayanan bisnis hotel di kota Tomohon, baik dengan menambah

fasilitas maupun dengan peningkatan layanan dari karyawan. Dengan itu produk jasa yang diberikan akan menjadi kepuasan bagi knosumen, sehingga mampu meningkatkan reputasi dan pendapatan bisnis hotel di kota Tomohon.

DAFTAR PUSTAKA

- Boka, Ryalest, M. B., Moku, Benedicta, J., Kalangi, John, A. F., Boka, Ronald, Y., 2022. Manajemen Pemasaran Online Masa Pandemi Covid-19 di Cozy Time Café Tomohon. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 12. No. 2, 2022. p-ISSN 2338- 9605; e-2655-206X.
- Boka, Ryalest. M. B., Saerang, D. P., & Arie, F. V. 2019. Effect of Store Layout and Interior Display on Customer Purchasing Decision At Multimart Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4). <https://doi.org/10.35794/emba.7.4.2019.26577>.
- DPPM. 2025. Buku Panduan penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2025. Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan. Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi.
- Hariri, R. H., Fredericks, E. M., & Bowers, K. M. (2019). Uncertainty in big data analytics: survey, opportunities, and challenges. *Journal of Big data*, 6(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s40537-019-0206-3>.
- Huang, D. Coghlan, A. Jin, X. 2020. Understanding the drivers of Airbnb discontinuance. *Ann. Tour. Res.* 80, 102798.
- ISO. 2014. ISO 18513:2003 Tourism services - Hotels and other types of tourism accommodation – Terminology, available at: <https://www.iso.org/standard/31812.html>.
- ISO. 2020. “ISO 22483:2020 Tourism and related services - Hotels – Service requirements”, available at <https://www.iso.org/standard/73315.htm>

- 1.
- Kauffmann, E., Peral, J., Gil, D., Ferrández, A., Sellers, R., & Mora, H. 2020. A framework for big data analytics in commercial social networks: A case study on sentiment analysis and fake review detection for marketing decision-making. *Industrial Marketing Management*, 90, 523-537. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.08.03>.
- Kotler, Philip. Keller, Kevin, L. Chernev, Alexander. 2022. *Marketing Management Sixteenth Edition*. Pearson Education Limited.
- Miguel, Cristina. Braje, Ivana, N. Drotarova, Maria, H. Dumančić, Kosjenka.
- Kirkulak-Uludag, Berna. Giglio, Carlo. 2024. The effects of the professionalization of hosting on service quality: Towards quality standards and certifications within the short-term rental market. *International Journal of Hospitality Management*. 122 (2024) 103796. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103796>.
- Nur, Mutiara. Fadili, Dadan, Ahmad. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol 05. No 1. 38-50. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10151>.
- Sahir, Syafrida, Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sharma, A., & Jhamb, D. 2020. Changing consumer behaviours towards online shopping-an impact of Covid 19. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(3), 1-10.
- Sima, V., Gheorghe, I. G., Subić, J., & Nancu, D. 2020. Influences of the industry 4.0 revolution on the human capital development and consumer behavior: A systematic review. *Sustainability*, 12(10), 4035. <https://doi.org/10.3390/su12104035>.
- Slocum, S.L. Aidoo, A. McMahon, K. 2020. *The Business of Sustainable Tourism Development and Management*. Routledge, London.
- Sthapit, E. Björk, P. Barreto, J.J. 2020. Negative memorable experience: north American and British Airbnb guests' perspectives. *Tour. Rev.* 76 (3), 639-653.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Tjiptono. 2020. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta. Andi Publisher.
- Von Briel, D. Dolnicar, S. 2020. Evol. Airbnb Regul. - Int. Longitud. Investig. 2008-2020. 10.1016/j.annals.2020.102983).