

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado

Chinvia D. Pitoi
Johny R.E. Tampi
Aneke Y. Punuindoong

Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Bisnis
chinviapitoi23@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine and prove how much influence the quality of service on customer satisfaction Best Western Hotel the Lagoon Manado. The populations in this study are consumers who stay at the Best Western Hotel The Lagoon Manado. The sample was taken as many as 80 respondents using a sampling technique using non-probability methods, namely purposive sampling. One of the factors that determine the level of success and quality of the company is the company's ability to provide services to customers. Every business is competing to produce the best quality service for its consumers. Based on the results of research and data analysis, a regression equation is produced, namely the value of determination. This means that consumer satisfaction is influenced by the independent variable (service quality) which consists of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence. While the rest influenced by variables outside of this study. So further research suggested examine the variables that are outside this study. From this study found that service quality has a positive effect on customer satisfaction at the Best Western Hotel the Lagoon Manado. With the existence of service quality which has an increasingly greater impact on customer satisfaction, it is hoped that the company will further improve its service so that consumers become loyal to using hotel services and what customer needs can be realized so that customer satisfaction can be created.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap di Hotel Best Western The Lagoon Manado. Sampel diambil sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability, yaitu purposive sampling. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Setiap bisnis berlomba-lomba untuk menghasilkan kualitas layanan terbaik bagi konsumennya. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka dihasilkan persamaan regresi yaitu dengan nilai determinasi. Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel bebas (kualitas pelayanan) yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini. Maka penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel-variabel yang ada diluar penelitian ini. Dari penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. Dengan adanya kualitas pelayanan yang semakin besar berdampak pada kepuasan pelanggan diharapkan perusahaan semakin meningkatkan pelayanan agar konsumen menjadi setia untuk menggunakan jasa hotel dan apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dapat terwujud sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Persaingan dalam industri jasa di Indonesia dewasa ini semakin ketat. Hal ini tidak lepas dari banyaknya perusahaan baik besar maupun kecil yang berkecimpung di dalam industri tersebut. Industri jasa berperan sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diukur berdasarkan kenaikan Produk Domestic Bruto

(PDB). Sektor jasa merupakan sektor penyumbang PDB terbesar setelah sektor manufaktur di Indonesia.

Sektor jasa hotel, restoran, dan perdagangan memberikan sumbangan terbesar terhadap total pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III-2019 dengan kontribusi pertumbuhan sebesar 4 persen (BPS,2019).

Kota Manado sendiri merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki sejumlah potensi wisata yang lengkap. Jumlah wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang berkunjung ke Kota Manado semakin bertambah dari waktu ke waktu. Hal ini dapat memberikan kontribusi yang cukup positif bagi perhotelan. Dengan demikian, potensi pasar bagi bisnis perhotelan memiliki peluang yang meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Pemasaran yang bergerak disektor jasa dipengaruhi berbagai variable yang dapat di kontrol seperti bauran pemasaran jasa, dan juga variable yang tidak dapat di kontrol yang di kenal dengan lingkungan. Kedua variable ini berpengaruh berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pemasaran jasa. Variabel yang berpengaruh terhadap perkembangan industri jasa adalah : konsumen, pesaing, teknologi inovasi dan globalisasi/internasionalisasi, ekonomi, pemerintah, dan sosial budaya.

Hotel Best Western The Lagoon Manado adalah salah satu hotel berbintang di Manado dengan bangunan yang terletak pada titik yang strategis dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamu/pelanggannya yang menginap dihotel tersebut. Hotel Best Western The Lagoon Manado dituntut tanggap dan proaktif dalam membaca peluang serta keinginan masyarakat sebagai tamu yang memanfaatkan jasa pelayanan dari hotel. Berdasarkan hasil observasi sebelumnya fluktuasi ini terjadi selain karena banyaknya hotel yang berada di wilayah kota Manado, naik turunnya jumlah occupancy diduga disebabkan karena adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen.

Masalah yang dihadapi oleh Hotel Best Western The Lagoon Manado saat ini masih terdapat konsumen yang tidak puas akan pelayanan yang diberikan oleh hotel dilihat dari review spada aplikasi Traveloka para konsumen yang tidak puas dengan layanan yang diberikan tersebut telah memberikan bintang satu serta komentar-komentar yang kurang baik sebagai nilai ketidakpuasan yang didapat. Dalam perindustrian jasa, kualitas layanan memainkan peranan penting bagi perusahaan untuk

mencapai keberhasilan. Hal ini penting untuk pengelolaan hotel agar memiliki pertimbangan yang tepat dari apa yang konsumen butuhkan (Forozia, Zadeh, dan Gilani, 2013). Lebih lanjut, menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2014:44) mengemukakan bahwa “Konsumen yang puas akan membuat karyawan puas sehingga menghasilkan layanan yang lebih baik dan bisnis yang akan menghasilkan tingkat keuntungan yang memuaskan”. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi hotel, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi hotel akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu setiap hotel perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel, disitulah tercipta nilai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado”

Tinjauan Pustaka

Tjiptono (2014:355) Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Menurut Tjiptono (2012) bahwa terdapat dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu : Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsivness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empaty*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

Menurut Kotler (Sunyoto, 2013:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Tjiptono (2007), kualitas layanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pengertian tentang kualitas Layanan menurut Tjiptono (2000:52) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan.

Pengertian Kepuasan Konsumen Menurut Kotler (dalam Rambat, 2013) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Menurut Kotler dalam Damayanti dkk (2018) kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan Menurut Kotler dalam Muliaty (2016) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Zeithaml & Bitner dalam Saidani (2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa.

Menurut Kotler dan Keller dalam Panjaitan (2016) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan dengan hasil kinerja yang dirasakan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linear sederhana yaitu, hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability*, yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:85), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penulis lakukan.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Instrument penelitian ini menggunakan skala likert, uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dalam penelitian kuantitatif, variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independent atau bebas (X)

Sugiyono (2017:61) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah Kualitas Pelayanan.

2. Variabel dependent atau variable terikat (Y)

Sugiyono (2017:61) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Pelanggan.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Uji coba dilakukan setelah instrumen/ kuesioner selesai disusun, instrumen tersebut diuji cobakan pada sampel darimana populasi diambil. Jumlah anggota yang digunakan adalah 80 orang sebagai responden.

Penelitian yang dijadikan sebagai pedoman mengukur tingkat variabel-variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment*. Hasil bahwa semua pernyataan dinyatakan valid karena nilai *probability (sig)* semua pernyataan lebih kecil dari 0,05 (*Alpha*).

Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS 25, maka dapat diketahui bahwa variabel yang digunakan peneliti adalah *reliable*, hal ini menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach's* dari masing-masing variabel bebas memiliki nilai rata-rata yang reliabel yakni di atas 0,60. Jadi dapat dikatakan seluruh variabel valid dan reliabel sehingga dapat diterima dan digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstand. Coeff.	Std. Error	Stand. Coeff.			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.775	1.013		4.714	.000		
Kualitas Pelayanan	.336	.050	.604	6.688	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data Diolah SPSS 25(2020)

Bentuk persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut : $Y = 4,775 + 0,336X_1$

Hasil persamaan regresi sederhana tersebut memberikan pengertian bahwa :

1. Nilai constant sebesar 4,775 memberikan pengertian bahwa jika Variabel Kualitas Pelayanan tidak dilakukan atau sama dengan nol

(0) maka besarnya Kepuasan Konsumen adalah 47,75%.

2. Untuk Variabel Kualitas Pelayanan koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Pelayanan Meningkatkan 1%, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,336%.

Koefisien Korelasi Dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.604 ^a	.364	.356	1.10551	1.291

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data Diolah SPSS 25(2020)

Dengan bantuan program SPSS 25, maka dapat diketahui bahwa pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Best Western The Lagoon Manado, dapat dilihat melalui koefisien korelasi. Hasil Koefisien Korelasi atau R sebesar 0,604, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Best Western The Lagoon Manado mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 60,4%.

Dapat diketahui juga hasil Koefisien Determinasi atau R square (r^2) adalah 0,364 yang menunjukkan bahwa 36,4% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Layanan, sementara sisanya sebesar 63,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, biaya, persepsi, faktor emosi, faktor situasi, faktor pribadi konsumen, dan faktor-faktor lain yang mungkin termasuk dalam nilai 63,6% tersebut.

Kualitas Layanan yang jelas dan terukur dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Hal ini terjadi karena, pada dasarnya, konsumen membutuhkan kualitas dari pelayanan yang baik dari pihak perusahaan. Kualitas Layanan yang baik pastinya akan memberikan kepuasan terhadap konsumen sehingga akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap pihak perusahaan dimasa depan nanti.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Hotel Best Western The Lagoon Manado, dapat dilakukan dengan menggunakan criteria uji hipotesis sebagai berikut :

- ($\alpha < 0,05$), maka Hipotesis di terima
- ($\alpha > 0,05$), maka Hipotesis ditolak

Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh:

Untuk tingkat signifikan variabel Kualitas Layanan adalah $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 diterima artinya Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel Best Western The Lagoon Manado. Hal ini terlihat dari hasil Koefisien Determinasi atau R square (r^2) adalah 0,364 yang menunjukkan bahwa 36,4% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Layanan, sementara sisanya sebesar 63,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, biaya, persepsi, faktor emosi, faktor situasi, faktor pribadi konsumen, dan faktor-faktor lain yang mungkin termasuk dalam nilai 63,6% tersebut.

Kemudian untuk tingkat signifikan variabel kualitas layanan adalah $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis yang telah di tetapkan pada bab 2 sebelumnya terbukti dan dapat di terima.

Kualitas Layanan yang jelas dan terukur dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Hal ini terjadi karena, pada dasarnya, konsumen membutuhkan kualitas dari pelayanan yang baik dari pihak perusahaan. Kualitas Layanan yang baik pastinya akan memberikan kepuasan terhadap konsumen sehingga akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap pihak perusahaan dimasa depan nanti.

Hal ini terbukti lewat rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden peneliti dimana mereka setuju kualitas layanan sangat dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, jawaban dari pernyataan tersebut pun di dukung dengan teori dari Tjiptono (2007) dimana kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas Layanan yang jelas dan terukur dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Hal ini

terjadi karena, pada dasarnya, konsumen membutuhkan kualitas dari pelayanan yang baik dari pihak perusahaan. Kualitas Layanan yang baik pastinya akan memberikan kepuasan terhadap konsumen sehingga akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap pihak perusahaan dimasa depan nanti. Kualitas Layanan yang jelas juga dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi-informasi terkait dengan kebijakan yang diberikan oleh pihak hotel.

Implikasi dari penelitian ini adalah kualitas layanan menjadi salah satu strategi yang bisa digunakan oleh pihak bank untuk meningkatkan kepuasan dari para konsumen. Dengan kata lain semakin baik Kualitas Layanan yang diberikan terhadap konsumen, semakin tinggi juga tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pihak konsumen.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti nyata tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi 36,4%, sehingga semakin baik Kualitas Pelayanan di Hotel Best Western The Lagoon Manado, maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lain yang cukup besar yaitu 36,6% .

Referensi

- Danang, Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS
- Lestari. S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Siti Khadijah Palembang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah.
- Panjaitan, J. E. dan Yuliati, A.L. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Derema Jurnal Manajemen*. 11(2) : 265-289.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (CenterforAcademicPublishingService).
- Soromi, R. K., Pelleng, F. A., & Kalangi, J. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi". *Jurnal Administrasi Bisnis* , 9 (1), 19-27.

- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.