

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL MUTIARA DI RANGKASBITUNG

Euis Ajizah* Siti Nurlaela**

* STIE La Tansa Mashiro

** STIE La Tansa Mashiro

Article Info

Keywords:

Service Quality, Consumer Satisfaction

Corresponding Author:

euis.adzkia@gmail.com

sitinurlaela@gmail.com

The Asia Pacific Journal of Management Studies

Volume 5 dan Nomor 1

Januari– April 2018

ISSN: 2407-6325

Hal. 37-42

©2018 APJMS. All rights reserved.

Abstract

The results of the study show that service quality has a significant effect on customer satisfaction at the pearl hotel in Rangkasbitung. As evidenced by simple linear regression equation $Y = 34,929 + 0,234 X$ and R square of 0,061 which means 6,1% customer satisfaction is influenced by variable service quality variables, and the significance is seen from $t_{count} > t_{table}$ ($2,534 > 1,984$) with significant $0,013 > 0,05$. Which means if $t_{count} < t_{table}$, then H_0 is accepted and H_1 is rejected. This means that there is no influence between service quality (X) on consumer satisfaction (Y) and if $t_{hitung} > t_{table}$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is an influence of service quality (X) on customer satisfaction (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel mutiara di Rangkasbitung. Yang dibuktikan dengan persamaan regresi linier sederhana $Y = 34,929 + 0,234 X$ dan R square sebesar 0,061 yang berarti 6,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel variabel kualitas pelayanan, dan signifikannya terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,534 > 1,984$) dengan signifikan $0,013 > 0,05$. Yang berarti jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetensi dalam menjaring konsumen lokal. Berbagai macam persaingan yang ada di Negara Indonesia ini khususnya pada persaingan penginapan atau perhotelan, di era globalisasi ini semakin ketatnya persaingan-persaingan terutama di bidang perhotelan dan perusahaan, banyaknya pendatang dari Negara asing sehingga banyak pengusaha-pengusaha yang memanfaatkan dalam berbisnis di bidang perhotelan atau penginapan.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen, sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut. Untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya, pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat dan laku terjual.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, temuan permasalahan yang ada pada Hotel Mutiara di Rangkasbitung adalah disaat tamu hotel mau memasuki hotel disana tidak ada penjaga pintu hotel yang menyapa tamu hotel lalu mempersilahkan tamu hotel untuk menuju resepsionis, padahal kesan pertama tamu hotel akan merasa nyaman dan menyenangkan disaat tamu hotel datang ke suatu hotel disambut dengan senyum ramah penjaga hotel.

Disamping itu, ketepatan pelayanan menjadi faktor penting dalam melayani tamu hotel yang berkunjung ataupun menginap di hotel tersebut, salah satu contohnya adalah di dalam pelayanan makanan, disaat karyawan yang bekerja di dapur/kitchen hanya 4 orang dan pesanan makanan banyak dari tamu hotel itu akan mempengaruhi ketepatan waktu dalam pelayanan. Dan faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam pemenuhan kepuasan konsumen pada suatu hotel adalah komunikasi baik dari karyawan hotel ke konsumen, tapi permasalahan itu akan terjadi disaat sumber daya manusia atau karyawan hotel tersebut hanya mengenyam pendidikan SMA saja, itu tentunya akan berbeda dengan karyawan hotel yang sekolah di perhotelan karena disana secara spesifik akan di ajarkan bagaimana cara melayani tamu hotel dengan baik dan benar sehingga komunikasi antara konsumen dengan karyawan atau pegawai kurang efektif tidak akan pernah terjadi.

Landasan Teori

Kepuasan Konsumen

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan bagi setiap perusahaan, konsumen yang puas terhadap jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, konsumen akan kembali menggunakan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Kepuasan merupakan perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan

suatu jasa.

Kepuasan merupakan suatu penilaian yang dirasakan oleh pelanggan dimana perasaan itu akan timbul setelah konsumen mengkonsumsinya. Penilaian ini akan jelas terasa karena konsumen akan merasa puas jika produk atau jasa yang digunakannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) dalam buku Farida Jasfar (2012 : 19), kepuasan pelanggan (customer's satisfaction) didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kepuasan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dalam diri seseorang, dimana ia telah berhasil mendapatkan sesuatu yang menjadi kebutuhan – kebutuhan dan keinginan – keinginannya. Sedangkan kebutuhan adalah kondisi seseorang untuk memiliki sesuatu yang tidak dipunyai, dan sesuatu itu adalah wajib bagi dirinya. Adapun keinginan dapat diartikan sebagai suatu kondisi seseorang yang merasakan kekurangan terhadap sesuatu yang lazim bagi dirinya.

Pelayanan adalah menjadi istimewa, terkemuka dan menarik perhatian serta akan terdapat unsur kejutan dan reaksi kegembiraan tamu, karena yang sebenarnya mereka tidak mengharapkan mendapatkan pelayanan yang sejauh itu. Pelayanan seperti itulah yang akan memberikan secara khusus kebahagiaan atau kesenangan

para tamu.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kuantitatif. Dimana menurut Prof. Dr. Sugiyono (2013 : 16) yang menyatakan bahwa “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei, penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah dan dianalisis. Dengan penelitian ini akan dapat diketahui suatu teori yang dapat berfungsi untuk dapat menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala yang ada dalam perusahaan.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu karyawan di Hotel Mutiara berdasarkan data selama 6 bulan terakhir yaitu dari bulan Januari sampai bulan Juni tamu yang menginap ataupun berkunjung adalah sebanyak 21.600 tamu yang menginap dan yang berkunjung. Penelitian sampel dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*, menurut Sugiono, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa

memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogeny yang dikutip oleh Sugiyono (2013 :118). Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Wawancara yaitu merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain, (2) kuisioner yaitu Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut, (3) Observasi yaitu Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian dan (4) studi kepustakaan yaitu Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS V.20 dan memenuhi uji persyaratan analisis yaitu : analisis regresi linier sederhana yaitu Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.” Dalam analisis regresi linier sederhana, pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, analisis koefisien korelasi yaitu Analisis ini digunakan untuk kuat mengetahui kuat tidaknya hubungan antara kedua variabel yaitu antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, perhitungan koefisien determinasi digunakan Untuk melihat seberapa besar presentase

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan uji t digunakan Untuk menguji hipotesis penelitian apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. “Untuk pengujian ini digunakan statistik t dengan rumus.” (Husein Umar, 2009:132).

Hasil Dan Pembahasan

Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil Analisis *Correlate Bivariate Pearson* menunjukan bahwa 12 pertanyaan pada variabel Y yang diajukan dinyatakan Valid dan bisa menjadi ukuran variabel – variabel yang akan diukur dalam penelitian, serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antara konsep penelitian dengan hasil pengukuran, dimana uji validitas 5% r tabel yaitu 0.468 ($r_{hitung} > 0.468$). Reliabilitas instrument sebesar $0.848 > 0.80$ dapat dikatakan (sangat reliabel).

Kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil Analisis *Correlate Bivariate Pearson* menunjukan bahwa 12 pertanyaan pada variabel X yang diajukan dinyatakan Valid dan bisa menjadi ukuran variabel – variabel yang akan diukur dalam penelitian, serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antara konsep penelitian dengan hasil pengukuran, dimana uji validitas 5% r tabel yaitu 0.468 ($r_{hitung} > 0.468$). Reliabilitas instrument sebesar $0,856 > 0,80$ dapat dikatakan (sangat reliabel).

Berdasarkan hasil Analisis *Correlate Bivariate Pearson* menunjukan bahwa 24 pertanyaan yang diajukan dinyatakan Valid dan bisa menjadi ukuran variabel – variabel yang

akan diukur dalam penelitian, serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antara konsep penelitian dengan hasil pengukuran. Dimana uji validitas 5% r tabel yaitu 0.468 (r hitung > 0.468).

Untuk uji reliabilitas menunjukkan bahwa data reliabel dengan hasil output SPSS untuk variabel X $0.856 > 0.80$ dan variabel Y $0.846 > 0.80$. Sedangkan perhitungan regresi yang telah diolah diperoleh persamaan $Y = 34,929 + 0,234 X$, artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,234 satuan.

Dalam analisis koefisien *Product Moment*, hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 0,248. Angka ini menunjukkan hubungan “Rendah” antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, yang ditunjukkan dengan interval koefisien 0,20 – 0,399. *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,061. Artinya persentase pengaruh variabel “kualitas pelayanan” terhadap “kepuasan konsumen” sebesar 6,1%.

Hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,534 Dan t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,013 dimana ($0,013 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis sampaikan setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Mutiara di

Rangkasbitung adalah sebagai berikut :

1. Pelayanan pada Hotel Mutiara diRangkasbitung berdasarkan data hasil kuisioner mendapatkan rata – rata penilaian “Baik”
2. Berdasarkan deskripsi data hasil kuisioner kepuasan konsumen rata – rata penilaian “Baik”
3. Berdasarkan hasil perhitungan statistic pada penelitian ini diperoleh nilai korelasi sebesar 0,248. Angka ini menunjukkan hubungan “**Rendah**” antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,061 Menandakan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 6,1% dalam peningkatan kepuasan konsumen. Dari Uji hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,534 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 sehingga hipotesis nol ditolak, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara diRangkasbitung.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka diperoleh beberapa saran diantaranya :

1. kualitas pelayanan yang dilaksanakan Hotel Mutiara sudah baik, maka sebaiknya manajemen Hotel Mutiara bisa mempertahankan dan bisa meningkatkan kualitas pelayanan tersebut. sehingga akan meningkatkan kepuasan bagi tamu yang menginap ataupun berkunjung pada Hotel Mutiara. Misalnya dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, agar tamu atau pengunjung yang akan menginap pada

- Hotel Mutiara bisa merasa puas dengan kualitas pelayanannya.
2. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan bagi Hotel Mutiara diRangkasbitug perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar kualitas pelayanan dapat meningkat.
 3. Dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen atau tamu yang berkunjung dan tamu yang menginap terhadap Hotel Mutiara, perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif terhadap pelaksanaan kualitas pelayanan dan fasilitas, serta harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tentunya manajemen selalu mengawasi dan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas khususnya dengan melakukan riset terhadap kebutuhan dan keinginan pengunjung atau tamu yang menginap (konsumen) pada Hotel Mutiara.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2000
- Tjiptono, Fandy. dan Diana Anastasia. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi* Yogyakarta Penerbit : ANDI.2003
- _____. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. 2007
- Prof. Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011
- Prof. Alma Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2005
- Sulastiyono, Agus. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta. 2011
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. 2013
- _____. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2008
- Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. 2014
- STIE La Tansa Mashiro. *Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi Rangkasbitung*. 2016

DAFTAR PUSTAKA

- Jasfar, Farida. *Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Salemba Empat. 2012
- Umar, Husein. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2011
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi dua belas. Indeks. 2007
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. 2002
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana. 2012