



Indonesian Journal of Office Administration
ADMINOF
Volume II, Nomor 1, 2020



**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Hotel Grand Asrilia Di Bandung**

Oleh: Gatot Dwiyono*

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini dipengaruhi pola pikir pelanggan yang dinamis. Penelitian ini meneliti mengenai kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dan kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Asrilia di Bandung. Berdasarkan metode penentuan sampel maka sampel yang digunakan 105 responden. Dari hasil analisis ang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Grand Asrilia di Bandung dan kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi tersebut secara parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Grand Asrilia di Bandung.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

1. PENDAHULUAN

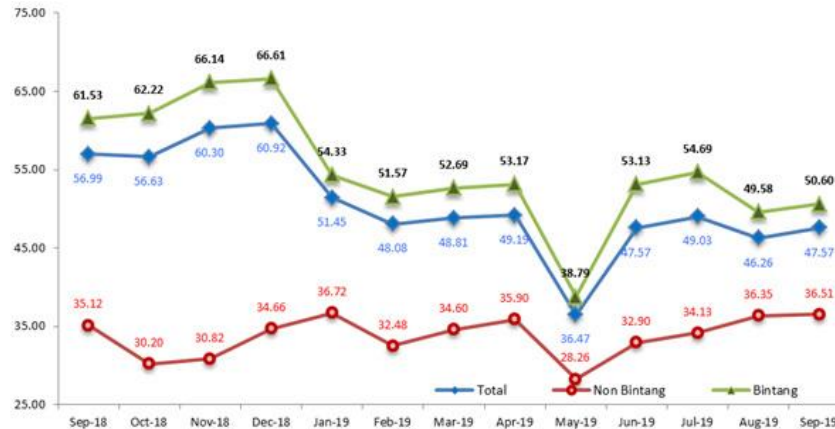
Kualitas merupakan salah satu kunci sukses dari setiap bisnis yang dijalankan. Suatu keberhasilan jangka panjang suatu organisasi tergantung pada banyak faktor (Ahmed, *et.al*, 2010). Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan bisnis perhotelan ada

dimensi yang perlu diperhatikan, kelima dimensi tersebut antara lain bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Emphaty*). Jadi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan terhadap kelima dimensi layanan yang ditawarkan perusahaan.

Indonesia memiliki sektor pariwisata yang menarik baik wisata alam maupun keragaman kebudayaannya. Maka dengan pengelolaan yang baik dan terarah diharapkan pariwisata di Indonesia mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Seiring dengan meningkatnya kunjungan ke Indonesia diharapkan dapat membantu menggerakkan perekonomian nasional sehingga dapat memacu pertumbuhan perekonomian yang lebih tinggi di masa yang akan datang. Hal ini sesuai dengan Kepres No. 38 Tahun 2005 yang mengatakan bahwa seluruh sektor harus mendukung pembangunan pariwisata Indonesia. Apalagi pemerintah sudah merencanakan bahwa pariwisata harus menjadi andalan pembangunan Indonesia.

Kemajuan sektor pariwisata Indonesia, memacu provinsi-provinsi di Indonesia untuk lebih meningkatkan pengelolaan pariwisata di daerahnya masing-masing. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang mempunyai daya tarik wisata sehingga dapat menarik banyak wisatawan berkunjung ke Jawa Barat.

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel di Jawa Barat pada September 2019 mencapai 47,57 persen, naik 1,31 poin dibandingkan TPK Agustus 2019 yang mencapai 46,26 persen. Baik TPK hotel bintang maupun nonbintang mengalami peningkatan. TPK hotel bintang pada September 2019 sebesar 50,60 persen, naik 1,02 poin dibandingkan TPK Agustus 2019 yang mencapai 49,58 persen. Sementara TPK hotel nonbintang mencapai 36,51 persen, naik 0,16 poin dibandingkan Agustus 2019 yang mencapai 36,35 persen. Selama periode September 2018 hingga September 2019 TPK kelompok hotel bintang selalu lebih tinggi dari TPK hotel non bintang (seperti terlihat pada grafik 1.1).



Grafik 1.1
Perkembangan TPK Hotel Bintang dan Non Bintang
di Jawa Barat September 2018–September 2019

(Sumber: Berita Resmi Statistik No. 57/11/32/Th. XXI, 01 November 2019)

Kota Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang diminati wisatawan. Besarnya minat wisatawan berkunjung ke Bandung memicu meningkatkan peluang dalam jenis berbisnis baik objek wisatanya itu sendiri maupun usaha-usaha lain yang berhubungan dengan aktivitas wisata seperti akomodasi hotel, transportasi, kuliner dan lain sebagainya.

Kegiatan kepariwisataan harus ditunjang akomodasi perhotelan yang bagus. Akomodasi sejalan dengan mata rantai kegiatan wisata di daerah. Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara selama dalam perjalanan agar dapat beristirahat dengan menyenangkan. Adanya sarana akomodasi, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata di daerah dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai akomodasi akan mempengaruhi penilaian wisatawan tentang pilihan jenis akomodasi, baik jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia, maupun pemandangan alam yang disajikan oleh pihak hotel.

Hotel di kota Bandung sekarang saling bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik untuk tamu yang datang di hotel mereka. Karena selain fasilitas yang mendukung yang ada di hotel tersebut, pelayanan dari karyawan hotel kepada tamu adalah menjadi hal penting penilaian tamu untuk hotel tersebut. Tamu yang merasakan nyaman dan senang akan kehangatan sambutan dan pelayanan karyawan hotel akan merasa senang dan tidak segan untuk datang menginap dan memilih hotel itu kembali. Salah satu hotel yang ada di Bandung adalah Grand Asrilia Hotel.

Grand Asrilia Hotel Convention dan Restaurant ialah hotel yang terletak di wilayah Bandung selatan tepatnya di Jl. Pelajar Pejuang 45 No. 123. Hotel ini dapat ditempuh 15 menit dari Tol Buah Batu. Hotel Grand Asrilia merupakan salah satu hotel bintang 4, tidak terlepas dari adanya pesaing baik yang menawarkan layanan, fasilitas serupa

dan di area sekitar dan juga pesaing tidak langsung yang menawarkan layanan dibawah Grand Asrilia hotel. Adapun pesaing langsung dari Grand Asrilia Hotel adalah Hotel Horison karena menawarkan layanan fasilitas yang serupa dan berada di area Grand Asrilia Hotel yang juga berbintang 4. Pesaing tidak langsung Grand Asrilia Hotel adalah Hotel Rinjani yang berada tepat di depan area Grand Asrilia Hotel dengan menawarkan layanan yang hampir serupa tetapi dengan fasilitas yang berbeda karena Hotel Rinjani hanya berbintang 3.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan/tamu hotel di Grand Asrilia Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berbentuk kuantitatif yang akan dianalisis secara asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Hotel Grand Asrilia dari 2011 – 2014. Dalam menentukan ukuran sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria- kriteria seperti tertera pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1.
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Syarat Untuk Dijadikan Sampel
1	Minimal sudah berkunjung ke Hotel Bintang Pesona sebanyak 2 (dua) kali.
2	Bukan orang yang disuruh untuk berkunjung, melainkan merupakan pelanggan Hotel Bintang Pesona.

Sumber: Olah Data, 2020

Berdasarkan kriteria tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 105 orang pelanggan Hotel Grand Asrilia. Untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil uji analisis data yang dilakukan. Untuk uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas ini terbukti *valid* dan *reliabel*, artinya dapat dilanjutkan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2.
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Multikolinearitas		Heteroskedastisitas
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Bukti Fisik	0,141	0,332	3,010	0,143
Kehandalan		0,305		0,109
Daya Tanggap		0,427		0,148
Jaminan		0,501	2,341	0,568
Empati		0,518	1,997	0,121
			1,930	
Sig F = 0,000				

Sumber: Olah Data, 2020

Hasil uji asumsi klasik yaitu uji normalitas menunjukkan signifikansi sebesar 0,141 melebihi 0,05, maka data telah terdistribusi dengan normal. Serta nilai *tolerance* dan *VIF* menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model *regresion*. Serta hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan semua variabel memiliki nilai signifikansi melebihi 0,05 sehingga dapat disimpulkan data terbebas dari heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menunjukkan pengaruh dari setiap variabel bebas pada variabel terikatnya.

Tabel 1.3.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	0,513	0,219	2.341	0,021
Bukti Fisik	0,213	0,082	2.585	0,011
Keandalan	0,173	0,078	2.207	0,030
Daya Tanggap	0,188	0,079	2.369	0,020
Jaminan	0,148	0,068	2.173	0,032
Empati	0,153	0,073	2.087	0,039
R Square = 0,697			Sig = 0,000	

Sumber : Olah Data 2020

Hasil diatas menunjukan nilai signifikansi uji t sebesar $0,011 < 0,05$, artinya H_1 = bukti fisik berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Grand Asrilia. Untuk kehandalan nilai signifikansi uji t sebesar $0,030 < 0,05$, jadi H_2 = kehandalan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Grand Asrilia. Untuk daya tanggap nilai signifikansi uji t sebesar $0,020 < 0,05$, artinya H_3 = daya tanggap berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Grand Asrilia. Variabel jaminan menunjukan nilai signifikansi uji t sebesar $0,032 < 0,05$, ar tinya H_4 = jaminan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Grand Asrilia. Variabe lempati menunjukan nilai signifikansi uji t sebesar $0,039 < 0,05$, artinya H_5 = empati berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Grand Asrilia.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara serempak seluruh variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan. Diketahui bahwa nilai signifikansi $F = 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Hotel Grand Asrilia.

Tabel 1.4.

Hasil Uji t

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients Beta</i>	t hitung	Sig.
Bukti Fisik	0,513	2.585	0,011
Kehandalan	0,213	2.207	0,030
Daya Tanggap	0,173	2.369	0,020
Jaminan	0,188	2.173	0,032
Empati	0,148	2.087	0,039

Sumber : Olah Data 2020

Tabel 1.4. hasil uji t menunjukan bukti fisik nilai signifikansinya = $0,011 < 0,05$, kehandalan menunjukan nilai signifikansi = $0,030 < 0,05$, daya tanggap menunjukan nilai signifikansi = $0,020 < 0,05$, jaminan menunjukan nilai signifikansi = $0,032 < 0,05$, empati menunjukan nilai signifikansi uji t = $0,039 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, artinya bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Grand Asrilia.

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik bagi pengunjung, akan mengakibatkan pelanggan loyal serta mempercayai jasa yang diberikan dan juga memberikan reputasi yang baik bagi hotel.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari hasil pembahasan penelitian adalah variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Asrilia Bandung, sehingga dimensi kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa penginapan Hotel Grand Asrilia Bandung. Dan variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Asrilia Bandung, maka mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa penginapan Hotel Grand Asrilia Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2016) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atika Paramitha, Rahyuda, Suasana. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indobesia di Bandung. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 7 (1): pp: 19-28.
- Hanan, Mack & Karp, Peter (1991) *Customer Satisfaction: How to Maximize, Measure and Market your company's Ultimate Product*. New York: American Management Association.
- Hidayati, Erna yati. 2010. Analisa Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, (2) 2: pp: 81-90.
- Husnul, Khatimah. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan* (2): pp: 2-25.
- Novita, Indri dan Nurcahya. 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Center Bandung. *Jurnal Manajemen*. 2 (4), hal 45-56.

* Penulis adalah Dosen Tetap pada Akademi Sekretari dan Manajemen Ariyanti