

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BUKIT KENARI HOTEL KOTA PAREPARE**

### **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT BUKIT KENARI HOTEL PAREPARE CITY**

**Tiara Ramadhani Ali<sup>1</sup>, Marhani<sup>2</sup>, Abdul Hamid<sup>3</sup>**

<sup>1 2 3</sup> Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

E-mail: [tiararamadhaniali@iainpare.ac.id](mailto:tiararamadhaniali@iainpare.ac.id), [marhani@iainpare.ac.id](mailto:marhani@iainpare.ac.id), [abdulhamid@iainpare.ac.id](mailto:abdulhamid@iainpare.ac.id)

#### **Abstract**

Management of hospitality services, especially city hotel must continue to develop and think of ways so that their business can compete with several hotels which also have the same goal of meeting customer needs in order to attract profits. This study aims to find out 1) how good the service quality is, (2) how good the level of customer satisfaction is, 3) looking for a positive and significant relationship, and 4) the influence of service quality on hotel customer satisfaction. Data collection procedures and techniques in this descriptive and associative quantitative research are using questionnaires and documentation. The test is using one sample t test, Pearson product moment correlation test, simple linear regression analysis, and coefficient of determination test. The results of the research questionnaire found that 1) the level of service quality at Bukit Kenari Hotel Parepare City was 77.77% which means good, based on the one sample t test, 2) the average level of customer satisfaction at Bukit Kenari Hotel is 78.89% which means good, based on the one sample t test, 3) there is a positive and significant relationship between service quality and customer satisfaction, based on the Pearson product moment test, 4) there is an effect of service quality on customer satisfaction at Bukit Kenari Hotel based on simple linear regression analysis and coefficient of determination.

**Keywords:** service quality; customer satisfaction; city hotel

#### **Abstrak**

Pengelolaan jasa perhotelan khususnya *city hotel* harus terus mengembangkan dan memikirkan cara agar usahanya dapat bersaing dengan beberapa hotel yang juga memiliki tujuan yang sama yakni memenuhi kebutuhan pelanggan guna menarik keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) seberapa baik kualitas pelayanan, 2) seberapa baik tingkat kepuasan pelanggan, 3) mencari hubungan yang positif dan signifikan, serta 4) pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hotel. Prosedur dan teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif deskriptif dan asosiatif ini yaitu menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Yang diuji menggunakan uji *t test one sampel*, uji korelasi *pearson product moment*, analisis regresi linear sederhana, dan uji koefisien determinasi. Hasil kuesioner penelitian ditemukan bahwa 1) tingkat kualitas pelayanan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare 77,77% yang berarti baik, berdasarkan uji *t test one sample*, 2) rata-rata tingkat kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel yaitu 78,89% yang berarti baik, berdasarkan uji *t test one sample*, 3) adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan uji *pearson product moment*, 4) terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel berdasarkan analisis regresi linear sederhana dan koefisien determinasi.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan; city hotel

## **1. Pendahuluan**

Pelayanan bersifat tak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan, hal ini disebabkan karena pelayanan itu merupakan sebuah kegiatan atau tindakan yang diberikan kepada seseorang. Pelanggan yang selanjutnya merasa terpuaskan akan berdampak pada citra perusahaan akibat kualitas pelayanan yang diberikan.

Citra kualitas pelayanan bukan dinilai dari pihak penyelenggara namun dinilai oleh para pelanggan hotel. Keunggulan dari suatu pelayanan jasa didapatkan dari sudut pandang pelanggan yang merasa puas dari pelayanan yang diberikan. Pelanggan cenderung akan membandingkan apakah ekspektasi pelayanan yang didapatkan sesuai dengan realitanya atau bahkan lebih. Ketika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka akan membuat pelanggan kecewa, jika pelayanan yang diberikan berbanding lurus dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, namun jika pelayanan yang diberikan lebih tinggi dari ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kualitas pelayanan merupakan hal yang menjadi tolak ukur perbandingan antara ekspektasi pelanggan dan realitas yang diterima, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi dari pelayanan yang pelanggan terima.<sup>1</sup>

Kepuasan konsumen dapat diketahui apabila pengelola dapat memahami siapa target penjualannya, memahami seperti apa harapan pelanggan terhadap produk atau jasa, membuat strategi pelayanan yang baik, serta mengetahui penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan. Pengelola juga harus mengetahui dan memahami perilaku atau tindakan konsumen dalam mengambil keputusan, mendapatkan informasi, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk atau jasa. Tindakan dan perilaku konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan pemasaran suatu usaha dalam menjalankan dan menilai kembali tujuan dalam pelayanan yakni kinerja dan kepuasan pelanggan. Mengetahui perilaku pelanggan atau konsumen ini menjadi hal penting bagi suatu usaha khususnya pada bagian pemasaran dalam menyusun strategi, implementasi, dan pengevaluasian untuk mencapai tujuan dari pelayanan yakni kinerja yang baik serta kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai bentuk perasaan setelah pelanggan berhasil membandingkan hasil dari kinerja dengan ekspektasi baik itu sebelum maupun setelah mendapatkan pelayanan.<sup>2</sup>

Indikator pengukur kualitas pelayanan terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *empathy* (perhatian) dimana bentuk pelayanan ini diberikan guna

---

<sup>1</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (England: Pearson, 2016), h. 155.

<sup>2</sup> Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Damos Sihombing :penerjemah)* (Jakarta : Erlangga, 2001), h. 150.

mendapatkan kepuasan dari pelanggan.<sup>3</sup> Hal ini terbukti dengan beberapa penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Munculnya berbagai macam perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa yang sama menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin sengit. Para perusahaan dengan tujuan memenuhi kebutuhan para pelanggan mau tidak mau harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Pemenuhan kebutuhan pelanggan dapat dilakukan dengan cara mencari tau pelayanan apa serta fasilitas seperti apa yang diinginkan pelanggan. Apabila pemenuhan kebutuhan pelanggan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan lebih maka, pelanggan akan merasa puas sehingga menyebabkan pelanggan akan kembali mencoba produk atau jasa dari perusahaan.

Industri pariwisata merupakan jenis industri yang memerlukan produktivitas, kreativitas serta inovasi disegala aspeknya. Perhotelan yang merupakan bagian dari industri pariwisata merupakan suatu hal yang penting bagi wisatawan. Semakin bertambahnya wisatawan yang mengunjungi suatu tempat maka kebutuhan akan akomodasi atau perhotelan juga akan meningkat. Kebutuhan wisatawan seperti fasilitas kamar tidur, makanan dan minuman dan beberapa fasilitas penunjang lainnya seperti kolam renang, *gym*, ruang pertemuan, dan lain-lain disiapkan hotel guna memberikan rasa aman dan nyaman sehingga wisatawan merasa betah tinggal di hotel.<sup>4</sup>

Hotel sebagai usaha pariwisata yang menawarkan usaha jasa bagi wisatawan, hal penting yang harus diperhatikan yaitu kualitas pelayanan yang diberikan guna memenuhi kepuasan pelanggan dan hal ini juga berlaku disemua jenis bisnis atau usaha. Kualitas pelayanan adalah usaha yang dilakukan suatu perusahaan baik itu produk atau jasa yang dihasilkan agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam memuaskan kepuasan konsumen atau tamu, *city hotel* meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu melalui peningkatan kualitas layanan, yang didukung oleh peningkatan kualitas pada fasilitas dan peralatan yang dibutuhkan tamu hotel.<sup>5</sup>

Bukit Kenari Hotel merupakan hotel yang terletak di Kota Parepare dan tercatat sebagai hotel yang ramai pengunjung. Bukit Kenari termasuk ke dalam daftar favorit hotel yang sering dikunjungi oleh wisatawan untuk menikmati fasilitas yang disediakan hotel. Ketersediaan fasilitas kamar tidur dan pemesanan kamar terpantau stabil, serta seringkali pergelaran acara seperti *wedding event*, *meeting*, dan

<sup>3</sup> Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*, (Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2006), h. 182.

<sup>4</sup> Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel* (Bandung: Alfabeta , 2008), h. 6.

<sup>5</sup> Chun-Min Kuo, Hsi-Tien Chen, and Ernest Boger, "Implementing City Hotel Service Quality Enhancements: Integration of Kano and QFD Analytical Models," *Journal of Hospitality Marketing & Management* 25, no. 6 (August 17, 2016): 748–70, <https://doi.org/10.1080/19368623.2016.1096225>.

lainnya menjadikan hotel ini ramai dan dikenal oleh masyarakat. Seringnya pergeleran acara diadakan di hotel ini serta beragamnya acara yang dilakukan tentunya pihak pengelola usaha hotel perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Terkhusus pada bagian kinerja sumber daya manusia (SDM) dalam melayani calon pengunjung dan pengunjung baik itu yang akan bermalam di hotel ataupun pihak panitia yang akan mengadakan acara di hotel yang notabene tamu hotel. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis memutuskan mengangkat permasalahan yakni 1) Seberapa baik kualitas pelayanan di Bukit Kenari Hotel?, 2) Seberapa baik tingkat kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel?, 3) Adakah hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?, 4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare?

## **2. Metode**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian kuantitatif. Metode jenis penelitian kuantitatif berarti penelitian yang dilakukan dengan menemukan data berbentuk angka<sup>6</sup> atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian secara kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis statistik untuk mencari pengaruh atau hubungan dari dua variabel atau lebih.<sup>7</sup> Penelitian ini dilaksanakan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare dan untuk penelitiannya akan memakan waktu selama kurang lebih sebulan.

Data yang akan digunakan pada penelitian ini, yakni data primer. Data primer diartikan sebagai data yang didapatkan secara langsung dengan melakukan interaksi antara peneliti dan responden. Jumlah responden sebanyak 98 orang. Teknik untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini digunakan instrumen kuesioner dan dokumentasi. Skala pengukuran instrumen pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, dikarenakan skala *likert* merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, perilaku, pendapat, dan lain-lain.<sup>8</sup> Pengolahan data merupakan cara atau proses dalam menghasilkan suatu data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan rumus tertentu. Data primer yang telah didapatkan, kemudian diolah dengan menggunakan pengolahan data,<sup>9</sup> sehingga menjadi data akurat. Teknik pengolahan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dengan menggunakan program *Statistic Package for the Social Science (SPSS) Statistic 25*.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Afabet, 2011).

<sup>7</sup> Iqbal Hasan, "Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta: PT," *Bumi Aksara*, 2006.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 153.

<sup>9</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang," *Cetakan Ke 9* (2018).

<sup>10</sup> Hasan, "Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta: PT."

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Karakteristik Responden di Hotel Bukit Kenari

Hotel Bukit Kenari adalah jenis *city hotel* yang berada di wilayah destinasi transit. Sebuah Gedung *City Hotel* pada umumnya berfungsi sebagai tempat tinggal sementara bagi para wisatawan dan *business traveler*.<sup>11</sup> *City hotel* dikunjungi biasanya dikunjungi tamu dari beragam latar belakang dan gender karena letaknya yang berada di tengah kota seiring berkembangnya daya tarik wisata perkotaan dan program *city tours*<sup>12</sup>, namun yang paling sentral adalah pebisnis dan karyawan kantoran. Berikut ini adalah deksripsi karakteristik responden atau tamu yang menginap di Hotel Bukit Kenari berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan.

##### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 1.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	36	36.7	36.7	36.7
	Perempuan	62	63.3	63.3	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

*Sumber Data : Hasil Pengolahan data SPSS 25*

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 36 responden laki-laki dengan persentase 36.7%, dan 62 responden perempuan dengan persentase 63.3% dengan total seluruh responden sebanyak 98 orang. Maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak yaitu perempuan.

##### 2. Karakteristik Berdasarkan Umur

**Tabel 2.** Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-19	6	6.1	6.1	6.1
	20-29	30	30.6	30.6	36.7
	30-39	28	28.6	28.6	65.3
	40-49	29	29.6	29.6	94.9
	>50	5	5.1	5.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

*Sumber Data : Hasil Pengolahan data SPSS 25*

<sup>11</sup> Ady Inray Antonio Nur, Dwight M. Rondonuwu, Octavianus A.H Rogi, Manado City Hotel (Waterfront Architecture), Universitas Sam Ratulangi, 2020.

<sup>12</sup> Pius Tenouye, I. Wayan Suardana, and Ni Gusti Ayu Susrami Dewi. "Karakteristik, Motivasi dan Kepuasan Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata City Tour Denpasar." *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* 5.1 (2017): 7-12.

Berdasarkan data, responden yang berumur rata-rata 10-19 berjumlah 6 orang dengan persentase 6.1%, responden yang berumur rata-rata 20-29 berjumlah 30 orang dengan persentase 30.6%, responden dengan umur rata-rata 30-39 berjumlah 28 orang dengan persentase 28.6%, responden dengan rata-rata umur 40-49 berjumlah 29 orang dengan persentase 29.6%, dan responden dengan rata-rata umur >50 berjumlah 5 orang dengan persentase 5.1%. Maka karakteristik responden berdasarkan umur terbanyak yaitu dengan rata-rata 20-29 tahun sebanyak 30 responden.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 3.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	3	3.1	3.1	3.1
	SMA/SMK	42	42.9	42.9	45.9
	D3	11	11.2	11.2	57.1
	S1/D4	37	37.8	37.8	94.9
	S2	5	5.1	5.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

*Sumber Data : Hasil Pengolahan data SPSS 25*

Berdasarkan data, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dimana terdapat 3 responden dengan persentase 3.1% tamatan SMP, terdapat 42 responden dengan persentase 42.9% tamatan SMA/ SMK, 11 responden dengan persentase 11.2% tamatan D3, 37 responden dengan persentase 37.8% tamatan S1/ D4, 5 responden dengan persentase 5.1% tamatan S2. Maka karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang paling mendominasi yaitu tamatan SMA/SMK sebanyak 42 responden.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ASN	15	15.3	15.3	15.3
	Karyawan/Swasta	36	36.7	36.7	52.0
	Siswa/Mahasiswa	19	19.4	19.4	71.4
	Wiraswasta	16	16.3	16.3	87.8
	IRT	12	12.2	12.2	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

*Sumber Data: Hasil Pengolahan data SPSS 25*

Berdasarkan data, responden yang bekerja sebagai ASN sebanyak 15 orang dengan persentase 15.3%, yang bekerja sebagai karyawan/ swasta sebanyak 36 orang dengan persentase 36.7%, siswa/mahasiswa sebanyak 19 dengan persentase 19.4%, wiraswasta sebanyak 16 orang dengan persentase 16.3%, dan IRT sebanyak 12 orang dengan persentase 12.2% dengan total 98 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan pekerjaan karyawan/ swasta yang paling mendominasi yaitu dengan 36.7% dari 98 total keseluruhan responden.

### 3.2 Kualitas Pelayanan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan. Secara jelasnya, kualitas pelayanan itu tentang sebuah kegiatan secara langsung ataupun tidak langsung yang bertujuan untuk memenuhi keinginan pelanggan yang terdiri dari satu atau beberapa orang. Kualitas pelayanan yang selanjutnya dinilai oleh pelanggan hanya terdiri dari dua yakni pelayanan yang baik ataupun pelayanan yang buruk. Pelayanan yang buruk akan berdampak pada jasa perhotelan karena hotel sangat bergantung pada banyaknya pelanggan.<sup>13</sup> Namun, perlu digaris bawahi bahwa kualitas pelayanan ini bersifat fleksibel atau dapat berubah seiring dengan adanya usaha yang dilakukan untuk meningkatkan ataupun memperbaiki kualitas pelayanannya.

Kualitas pelayanan di Bukit Kenari Hotel dinilai dari kelima faktor penilaian yang dirasakan pelanggan, dapat dilihat pada Tabel 5. Kelima faktor tersebut terdiri dari lima, yakni *tangible* (bukti fisik) yakni berupa tampilan luar atau fisik hotel yang terdiri dari penampilan pegawai, interior ruangan, bangunan, serta fasilitas hotel yang nyaman dan lengkap; *reliability* (keandalan) merupakan kecakapan pengelola hotel dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan syarat bahwa pelayanan yang baik didasari pada pemberian layanan yang efektif dan efisien disebabkan karena pelayanan bersifat simultan atau dengan kata lain sifat pelayanan yakni di konsumsi pada waktu di produksi; *responsiveness* (daya tanggap) merupakan kesadaran, kepekaan, serta kesiapan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan misalnya seperti kecepatan pelayanan reservasi hotel dan lain-lain; *assurance* (jaminan) merupakan penilaian tentang sikap atau perilaku dapat dipercaya, memberikan rasa aman, nyaman, serta terbebas dari bahaya selama pelanggan berada di lingkungan hotel; *empathy* (empati) yang terdiri dari komunikasi yang baik, hubungan, serta perhatian yang diberikan karyawan hotel guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

<sup>13</sup> Emmita Devi Hari Putri, *Pengantar Akomodasi dan Restoran* (Yogyakarta Penerbit Deepublish, 2018), h. 13.

Kemampuan seorang karyawan hotel dalam meningkatkan pelayanan secara cepat, tanggap, sopan, ramah dan sigap pada waktu yang dijanjikan dapat membantu tercapainya reputasi atau citra hotel agar menarik banyak pelanggan.<sup>14</sup> Pelanggan tertarik melalui iklan. Ketertarikan ini menstimulus ekspektasi atau harapan dari pelanggan. Iklan harus menyesuaikan penawarannya dengan realita yang ada di hotel sehingga tidak muncul *gap* atau kesenjangan dari harapan dengan kenyataan yang dilihat atau dirasakan pelanggan.<sup>15</sup> Pelanggan masa kini biasanya menggunakan aplikasi atau website seperti traveloka, pegi pegi, agoda, dan aplikasi lainnya para pelanggan yang telah mengunjungi atau bermalam di hotel dapat memasukkan komentar dan saran perihal fasilitas, pelayanan, dan keunggulan apa saja yang ada di hotel. Hal ini juga secara tidak langsung dapat membantu memasarkan hotel lewat komentar serta saran tersebut.<sup>16</sup>

**Tabel 5.** Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Variabel Kualitas Pelayanan (X)	53	54.1%	45	45.9%	0	0	0	0	0	0
	52	53.1%	44	44.9%	2	2.0%	0	0	0	0
	38	38.8%	51	52.0%	9	9.2%	0	0	0	0
	44	44.9%	51	52.0%	3	3.1%	0	0	0	0
	42	42.9%	46	46.9%	10	10.2%	0	0	0	0
	63	64.3%	35	35.7%	0	0	0	0	0	0
	50	51.0%	43	43.9%	5	5.1%	0	0	0	0
	49	50.0%	46	46.9%	3	3.1%	0	0	0	0
	54	55.1%	44	44.9%	0	0	0	0	0	0
	36	36.7%	40	40.8%	22	22.4%	0	0	0	0
	46	46.9%	40	40.8%	12	12.2%	0	0	0	0
	61	62.2%	37	37.8%	0	0	0	0	0	0
	49	50.0%	43	43.9%	6	6.1%	0	0	0	0
	72	73.5%	26	26.5%	0	0	0	0	0	0
	46	46.9%	46	46.9%	6	6.1%	0	0	0	0

*Sumber Data: Hasil Jawaban 98 Kuesioner Responden*

Untuk mengetahui seberapa baik tingkat kualitas pelayanan (X), maka dilakukan dengan *uji t test one sample* dan ditemukan hasil bahwa rata-rata tingkat kualitas pelayanan di Bukit Kenari Hotel Kota

<sup>14</sup> Gusti Ngurah Joko Adinegara, *Anteseden dan Konsekuensi Kepuasan Wisatawan yang berkunjung ke Bali* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2021), h. 151.

<sup>15</sup> Endang Dwi Amperawati, *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalis* (Malang: Penerbit Selaras Media Kreasindo, 2021), h. 27.

<sup>16</sup> I Gede Widya Saputra, *How to Create Service Excellent for Your Guests* (Bali: Penerbit Nila Cakra, 2021), h. 106.



Parepare sebesar 77,77%. Penelitian ini didukung oleh penelitian dari Ligiya Fitria Ramadhan yang menemukan bahwa rata-rata tingkat kualitas pelayanan di Kampung Gajah sebesar 86,9%.<sup>17</sup>

### 3.3 Kepuasan Pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare

Kepuasan merupakan ukuran tingkatan yang didapatkan setelah melakukan perbandingan kinerja perusahaan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan dapat pula diartikan sebagai bentuk rasa yang didapatkan setelah melakukan atau mendapatkan sesuatu yang sesuai atau bahkan lebih dari ekspektasi. Para pelanggan akan merasakan tingkat kepuasan yang berbeda-beda disebabkan karena faktor dari barang atau jasa yang didupatkannya. Perasaan yang didapatkan seseorang ketika membeli sesuatu misalkan dengan harga yang murah namun kualitas yang rendah menjadi suatu pengalaman bagi pelanggan dalam membeli barang. Contoh lainnya, seorang karyawan hotel harus memiliki etika komunikasi yang baik sehingga dapat berpengaruh kepada kepuasan pelanggan hotel.<sup>18</sup>

**Tabel 6.** Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	47	48.0%	48	49.0%	3	3.1%	0	0	0	0
	56	57.1%	38	38.8%	4	4.1%	0	0	0	0
	56	57.1%	40	40.8%	2	2.0%	0	0	0	0
	58	59.2%	31	31.6%	9	9.2%	0	0	0	0
	46	46.9%	48	49.0%	4	4.1%	0	0	0	0
	33	33.7%	50	51.0%	15	15.3%	0	0	0	0
	31	31.6%	56	57.1%	11	11.2%	0	0	0	0
	44	44.9%	54	51.1%	0	0	0	0	0	0
	60	61.2%	38	38.8%	0	0	0	0	0	0
	53	54.1%	37	37.8%	8	8.2%	0	0	0	0
	70	71.4%	26	26.5%	2	2.0%	0	0	0	0
	36	36.7%	46	46.9%	16	16.3%	0	0	0	0
	55	56.1%	43	43.9%	0	0	0	0	0	0
	61	62.2%	37	37.8%	0	0	0	0	0	0
	42	42.9%	48	49.0%	8	8.2%	0	0	0	0

*Sumber Data: Hasil Jawaban 98 Kuesioner Responden*

Para pelanggan akan merasakan tingkat kepuasan yang berbeda-beda disebabkan karena faktor dari barang atau jasa yang didupatkannya. Perasaan yang didapatkan seseorang ketika membeli sesuatu

<sup>17</sup> Ligiya Fitria Ramadhan, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA DI KAMPUNG GAJAH" (Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, 2016).

<sup>18</sup> Nina Mistriani, *et al.*, eds., *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 125.

misalkan dengan harga yang murah namun kualitas yang rendah menjadi suatu pengalaman bagi pelanggan dalam membeli barang. Sama halnya dengan jasa, hotel yang mematok harga kamar yang tinggi namun dengan fasilitas dan pelayanan yang buruk akan sangat berpengaruh bagi kualitas pelayanan hotel.<sup>19</sup> Sementara hotel adalah industri *hospitality*, yang berbicara tentang jasa pelayanan yang penuh rasa hormat dan ramah tamah<sup>20</sup>, untuk itu pengelola hotel perlu mengukur kepuasan pelanggan dan evaluasi kerja hotel.<sup>21</sup> Tingkat kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang dapat diukur misalnya atribut produk hotel seperti lokasi di perkotaan, fasilitas hotel, pemandangan hotel, desain, dan ruang yang memiliki manfaat (*utilisation*).<sup>22</sup>

Untuk mengetahui seberapa baik tingkat kepuasan pelanggan (Y), maka dilakukan dengan uji *t test one sample* dan ditemukan hasil bahwa tingkat rata-rata kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare sebesar 77,89%. Penelitian ini didukung oleh penelitian dari Ligiya Fitria Ramadhan yang menemukan bahwa rata-rata tingkat kepuasan pelanggan di Kampung Gajah sebesar 86,9%.<sup>23</sup>

### **3.4 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare**

Mencari hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan analisis koefisien korelasi menggunakan uji *pearson product moment* (r) dan ditemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare. Penelitian ini didukung oleh penelitian dari Ligiya Fitria Ramadhan yang menemukan bahwa hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan wisatawan adalah hubungan yang kuat.<sup>24</sup> Adapun nilai dari uji *pearson product moment* atau uji korelasi dapat dilihat pada tabel 4.14.

**Tabel 7.** Uji Korelasi *Pearson Product Moment* Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas_Pelayanan			Kepuasan_Pelanggan
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	98	98

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. (Yogyakarta: Andi Publisher, 1997), h. 24.

<sup>20</sup> Hary Hermawan, *et al.*, eds., *Pengantar Manajemen Hospitality* (Pekalongan: Penerbit PT. Nasya Expanding Management, 2018), h. 4.

<sup>21</sup> Zulkifli Harahap, *et al.*, eds., *Manajemen Strategi Pemasaran dan Penjualan Hotel* (Malang: Penerbit Intrars Publishing, 2021), h. 14.

<sup>22</sup> Stanislav Ivanor, *Hotel Revenue Management From Theory To Practice* (Varna: Zangador, 2014), h. 88.

<sup>23</sup> Ramadhan, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA DI KAMPUNG GAJAH."

<sup>24</sup> Ramadhan.

Kepuasan_Pelanggan	Pearson Correlation	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	98	98

Sumber Data : Hasil Pengolahan data SPSS 25

Hasil dari tabel correlation diatas menunjukkan bahwa nilai pearson correlation atau nilai r hitungnya 0,757. Nilai r hitung (0,757) > r tabel (0,1986) dengan nilai signifikansi (0,000) < 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare. Interpretasi untuk melihat seberapa kuat hubungan variabel X dan Y penelitian dengan menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi pada Tabel 8.

**Tabel 8.** Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan Tabel 8, maka diperoleh nilai hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan nilai r sebesar 0,757.

### 3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare

Analisis penelitian pada bagian ini dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ligiya Fitria Ramadhan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>25</sup>

**Tabel 9.** Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
	Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.463	4.439		3.709	.000

<sup>25</sup> Ramadhan.

	Kualitas_Pelayanan	.752	.066	.757	11.367	.000
--	--------------------	------	------	------	--------	------

*Sumber Data : Hasil Pengolahan data SPSS 25*

Dari hasil analisis linear Tabel 9, maka didapatkan nilai *constant* atau konstanta sebesar 16,463 atau bila variabel kualitas pelayanan (X) sama dengan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,752. Maka diperoleh persamaan model regresi linear sederhana yaitu  $Y = 16,463 + 0,752X$ . Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi mengenai seberapa tinggi nilai variabel dependen (Y) bila nilai variabel independen (X) dimanipulasi atau diubah-ubah. Misalkan nilai kualitas pelayanan sebesar 80, maka untuk mendapatkan nilai kepuasan pelanggannya dapat menggunakan persamaan regresi linear sederhana, yaitu:

$$Y' = a + bX = 16,463 + 0,752 (80) = 76,6$$

Dari hasil persamaan di atas, diperoleh nilai kepuasan pelanggan sebesar 76,6 apabila nilai kualitas pelayanan dinaikkan nilainya menjadi 80. Pada Tabel 9, nilai dari t hitung yakni sebesar 11,367. Nilai t hitung ( $11,367 > t \text{ tabel } (1,984)$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare.

**Tabel 10.** Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 <sup>a</sup>	.574	.569	3.115

*Sumber Data : Hasil Pengolahan data SPSS 25*

Berdasarkan Tabel 10, nilai *R square* ( $R^2$ ) bernilai 0,574 atau 57,4%. Maka dapat disimpulkan bahwa varians yang terjadi pada variabel kualitas pelayanan (X) 57,4% dapat dijelaskan melalui *variens* yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Atau dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sama dengan 57,4% sedangkan sisanya 42,6% ditentukan oleh faktor diluar variabel kualitas pelayanan, misalnya harga, promosi, dan faktor lainnya.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Hotel Bukit Kenari Kota Parepare, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil uji *t test one sampel* diperoleh nilai t hitung ( $22,23 > t \text{ tabel } (1,984)$ ). Maka ditemukan bahwa rata-rata tingkat dari kualitas pelayanan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare yakni sebesar 77,77% yang berarti baik.

2. Hasil uji *t test one sampel* diperoleh nilai *t* hitung (22,11) > *t* tabel (1.984). Maka ditemukan bahwa rata-rata tingkat dari kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare yakni sebesar 77,89% yang berarti baik.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare. Hal ini berdasarkan analisis koefisien korelasi menggunakan uji *pearson product moment* (*r*) atau nilai *r* hitung (0,757) > *r* tabel (0,1986) dengan nilai signifikansi (0,000) < 0,05.
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare. Hal ini berdasarkan analisis regresi linear sederhana dimana uji *t* hitung (11.367) > *t* tabel (1.984) dan uji koefisien determinasi (*R*<sup>2</sup>) sebesar 57.4%.

Sebagai penutup, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak tertentu yang membutuhkannya, serta saran untuk penelitian selanjutnya membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bukit Kenari Hotel Kota Parepare agar diperoleh hasil yang lebih tepat. Selain itu, lebih mengkaji lebih jauh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan khususnya hotel guna meningkatkan pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia.

## Referensi

- Adinegara, Gusti Ngurah Joko. *Anteseden dan Konsekuensi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Bali*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2021.
- Amperawati, Endang Dwi. *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalis*. Malang: Penerbit Selaras Media Kreasindo, 2021
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang." Cetakan Ke 9 (2018).
- Hermawan, Hery, et al., eds. *Pengantar Management Hospitality*. Pekalongan: Penerbit PT. Nasya Expanding Manajment, 2018.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT." Bumi Aksara, 2006.
- Ivanor, Stanislav. *Hotel Revenue Management From Theory to Practice*. Varna: Zangador, 2014.
- Kuo, Chun-Min, Hsi-Tien Chen, and Ernest Boger. "Implementing City Hotel Service Quality Enhancements: Integration of Kano and QFD Analytical Models." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 25, no. 6 (August 17, 2016): 748–70. <https://doi.org/10.1080/19368623.2016.1096225>.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Damos Sihombing: Penerjemah). Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. London: Pearson, 2016.
- Lupiyoadi dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba, 2006.
- Mistriani, Nina, et al., eds. *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Nur, Ady Inray Antonio, Dwight M. Rondonuwu, Octavianus A.H Rogi, "Manado City Hotel (Waterfront Architecture)", Universitas Sam Ratulangi, 2020.
- Putri, Emmita Devi Hari. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018.
- Ramadhan, Ligyia Fitria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Berwisata Di Kampung Gajah." Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, 2016.

- Saputra, I Gede Widya. *How to Create Service Excellent for Your Guests*. Bali: Penerbit Nila Cakra, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Afabet, 2011.
- Sulastiyono, Agus. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Tenouye, Pius, I. Wayan Suardana, and Ni Gusti Ayu Susrami Dewi. "Karakteristik, Motivasi dan Kepuasan Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata City Tour Denpasar." *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* 5.1 (2017): 7-12.
- Tjiptono, Fandy. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Publisher, 1997.
- Zulkifli Harahap, et al., eds. *Manajemen Strategi Pemasaran dan Penjualan Hotel*. Malang: Penerbit Intrars Publishing, 2021.