

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bogor

Rani Kurniasari

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bina sarana Informatika
E-mail: rani.rku@bsi.ac.id

Cara Sitasi: Kurniasari, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bogor. *Widya Cipta*, 3(1), 129–134.

Abstract - *Excellent service quality is an important factor in increasing customer satisfaction. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction in Bogor hotels. Questionnaire calculation uses SPSS by testing the validity and reliability of each question item followed by a test of the correlation coefficient, determination coefficient and regression equation. The results of this study are that there is a significant influence on hotel customer satisfaction. SPSS calculation results obtained the determination coefficient of 95.7%, which means that the effect of service quality on customer satisfaction is 95.7% and the remaining 4.3% is influenced by other factors. Correlation coefficients obtained results of 0.978 which means that the relationship between service quality and customer satisfaction is very strong. So from the results of the correlation coefficient obtained, it was concluded that H1 was accepted which meant that there was a significant relationship between service quality and customer satisfaction. And based on the calculation of the regression equation obtained results of $Y = 2.455 + 0.959X$ which indicates that if the value of excellent service increases 1, then the average value of customer satisfaction will increase by 0.959.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pelayanan memiliki peran sangat penting dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat. Menyadari pentingnya nilai sebuah kualitas layanan kepada pelanggan demi meningkatkan kepuasan pelanggan maka semakin membuat perusahaan semakin membuat perusahaan harus mengembangkan bisnis pada manajemen hubungan pelanggan yang baik.

Industri perhotelan adalah salah satu industri yang mengutamakan kualitas pelayanan. Saat ini industri hotel dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan sehingga kualitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Kualitas pelayanan yang prima merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui keinginan atau harapan dari konsumen yang setiap saat bisa berubah, maka kualitas pelayanan yang diberikan dapat disesuaikan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan

pelanggan. Peningkatan kepuasan pelanggan di harapkan dapat meningkatkan jumlah tamu yang datang.

Hotel di Bogor sangat banyak jumlahnya hal ini dapat dilihat dari data pada BPS kota bogor (Bogor, 2018) bahwa sejak tahun 2013-2016 dari 45 hotel bertambah menjadi 53 hotel. Para wisatawan lokal dan asing banyak yang menggunakan jasa hotel saat mereka mengadakan kegiatan atau wisata. Lokasi bogor yang sangat sejuk dan juga dengan berbagai tempat wisata menarik, menjadikan Bogor menjadi kota yang banyak dikunjungi, oleh karena itu penulis tertarik meneliti mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan dari salah satu hotel yang berlokasi di pusat kota Bogor.

Pelayanan prima menurut (Daryanto & Setiabudi, 2014)“merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan”.

(Rahmayanty, 2013) mengemukakan bahwa:

1. Layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.
2. Layanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
3. Layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).
4. Layanan prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan.

Menurut (Suryani & Sartika, 2018) Pelayanan pelanggan merupakan penunjang dalam memasarkan produk barang atau jasa yang menitik beratkan kepada upaya pendekatan, keyakinan dan kepuasan konsumen. Dengan pelayanan perusahaan dapat menciptakan kekhususan dalam menjalankan kegiatan usaha dari para pesaing yang menjual jasa yang sama.

Dalam riset nya ((Riyanto, 2018) menyatakan bahwa Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sangat berpengaruh secara signifikan. Artinya bahwa pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara positif.

Manfaat pelayanan prima menurut (Suratriadi dkk, 2018) “Pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan”.

Jenis-jenis pelayanan prima menurut (Daryanto & Setiabudi, 2014) dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. *Core Service*
Core service adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang merupakan produk utamanya. Misalnya untuk hotel adalah penyediaan kamar dan untuk penerbangan adalah transportasi udara. Perusahaan mungkin mempunyai beberapa *core service*, misalnya perusahaan penerbangan menawarkan penerbangan dalam negeri dan penerbangan luar negeri.
2. *Facilitating Service*
Facilitating service adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan dan sifatnya wajib, misalnya pelayanan “*front office*” pada hotel atau pelayanan “*check in*” pada transportasi udara.
3. *Supporting Service*
Seperti pada *facilitating service*, *supporting service* merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak “pesaingnya”

dan bersifat tidak wajib. Misalnya restoran pada suatu hotel.

Sedangkan kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) yaitu “kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Dan menurut Kotler dan Keller dalam (Riyanto, 2018) kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan membahas mengenai populasi dan sampel yang diambil yaitu dengan menjelaskan uji validitas dan reliabilitas data kuesioner yang penulis gunakan. Kemudian hasil kuesioner ini diolah menggunakan SPSS (*Statistical Product and service Solution*) versi 21. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka penulis menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi dan persamaan regresi. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan teknik *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak dimana seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden. Populasi dari penelitian ini adalah rata-rata dari jumlah pengunjung salah satu hotel besar di Bogor yang berkunjung pada tahun 2018 (januari-april 2018) yaitu sebanyak 262 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10% (0.1) sehingga besar sampel yang diambil dalam penelitian ini 72 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji instrumen ini digunakan untuk menguji data kuesioner yang digunakan apakah valid atau tidak dan reliabel atau tidak, sehingga data tersebut bisa dipakai untuk hasil penelitian berikutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa valid atau tidaknya kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r Tabel. Berikut merupakan Tabel uji validitas variabel kualitas pelayanan (X):

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Indikator	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0,632	0,232	Valid
	X2	0,635		Valid
	X3	0,632		Valid
	X4	0,456		Valid
	X5	0,467		Valid
	X6	0,445		Valid
	X7	0,526		Valid
	X8	0,419		Valid
	X9	0,358		Valid
	X10	0,293		Valid
	X11	0,513		Valid
	X12	0,239		Valid
	X13	0,533		Valid
	X14	0,659		Valid
	X15	0,522		Valid

Sumber: Data yang Diolah: 2018

Berdasarkan tabel r product moment taraf kesalahan 5% (0,05) dengan uji 2 (dua) sisi dengan jumlah data (N) = 72 maka didapat nilai r Tabel adalah 0,232. Dari Tabel 1 dapat terlihat bahwa semua indikator nilai r hitungnya lebih besar dari tabel r dengan taraf kesalahan 5% (0,05), maka dapat

disimpulkan indikator kualitas pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian. Dan untuk hasil data kuesioner variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat terlihat dengan tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,591	0,232	Valid
	Y2	0,606		Valid
	Y3	0,643		Valid
	Y4	0,485		Valid
	Y5	0,461		Valid
	Y6	0,434		Valid
	Y7	0,484		Valid
	Y8	0,420		Valid
	Y9	0,359		Valid
	Y10	0,258		Valid
	Y11	0,433		Valid
	Y12	0,247		Valid
	Y13	0,458		Valid
	Y14	0,502		Valid
	Y15	0,524		Valid

Sumber: Data yang Diolah: 2018

Berdasarkan Tabel r product moment taraf kesalahan 5% (0,05) dengan uji 2 (dua) sisi dengan jumlah data (N) = 72 maka didapat nilai r tabel adalah 0,232. Dari Tabel 2 dapat terlihat bahwa semua indikator nilai r hitungnya lebih besar dari tabel r dengan taraf kesalahan 5% (0,05), maka dapat disimpulkan indikator kepuasan pelanggan tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator yang dipakai untuk kuesioner dapat digunakan atau handal sebagai alat ukur tabel. Untuk menguji reliabel atau tidak, dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha*, jika lebih besar dari (>) 0,6 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel. Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas variabel X dan Y:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Standard Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,776	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,732	0,6	Reliabel

Sumber: Data yang Diolah: 2018

Berdasarkan Tabel 3 diatas, terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,776 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,732 yang berarti nilai *cronbach's alpha* lebih besar (>) dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan, semua dinyatakan mempunyai reliabilitas sangat baik.

2. Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, penulis menggunakan uji signifikansi

product moment secara praktis, yang tidak perlu dihitung, tetapi langsung dikonsultasikan pada Tabel r *product moment*. Dari Tabel r *product moment* dapat dilihat bahwa untuk $n = 72$, dengan taraf kesalahan 5% (0,05), maka nilai r Tabel = 0,232. Ketentuannya bila r hitung lebih kecil daripada tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Tetapi sebaliknya bila r hitung lebih besar dari r tabel (0,232). Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi menggunakan SPSS adalah:

Tabel 4. Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan_Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,978**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	72	72
Kepuasan_Pelanggan	Pearson Correlation	,978**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data yang Diolah: 2018

Berdasarkan Tabel 4 diatas, terlihat bahwa nilai R sebesar 0,978 bernilai positif dan mendekati angka 1. Maka koefisien korelasi yang ditemukan termasuk pada kategori “sangat kuat”. Jadi terdapat hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian semakin tinggi perusahaan menerapkan kualitas pelayanan kepada para pengguna jasa atau pelanggan maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Selain uji koefisien korelasi (r) yang didapat, koefisien determinasi yang dihitung menggunakan SPSS adalah:

Tabel 5. Tabel Anova

Model	ANOVA ^a					Sig.
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	
1	Regression	1083,447	1	1083,447	1551,824	,000 ^b
	Residual	48,872	70	,698		
	Total	1132,319	71			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_ Pelayanan

Sumber: Data yang Diolah: 2018

H_0 : tidak adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

H_1 : adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 5 diatas, terlihat bahwa nilai Signifikan senilai $0,000 < 0,05$ maka keputusannya H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 6. Tabel SPSS Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,978 ^a	,957	,956	,836

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data yang Diolah: 2018

Berdasarkan Tabel 6 diatas, terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0,957 atau 95,7% artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 95,7% sisanya sebesar 4,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

4. Uji Persamaan Regresi

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jumlah nilai variabel Y jika nilai variabel X dimanipulasi atau diubah-ubah Berikut perhitungan persamaan regresi berdasarkan SPSS:

Tabel 7. Tabel SPSS Persamaan Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,455	1,625		1,511	,135
	Kualitas Pelayanan	,959	,024	,978	39,393	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data yang Diolah: 2018

Berdasarkan Tabel 7 diatas, pada hasil persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikansi uji koefisien regresi. Oleh karena itu, persamaan regresinya menjadi $Y = 2,455 + 0,959X$. Angka konstan dari *unstandardized coefficient* sebesar 2,455. Angka ini berupa angka konstan yang bermakna bahwa besarnya kepuasan pelanggan saat nilai X (Kualitas Pelayanan) akan sebesar 2,455. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,959X. Sebaliknya jika ini negatif (-), berlaku penurunan pada kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Bogor sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil yang berarti menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 95,7% dan sisanya 4,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.
2. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi diperoleh hasil sebesar 0,978 yang berarti hubungan antar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah "sangat kuat". Maka dari hasil koefisien korelasi yang didapat, disimpulkan bahwa adanya hubungan yang

signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dan berdasarkan perhitungan persamaan regresi diperoleh hasil sebesar $Y = 2,455 + 0,959X$.

REFERENSI

- Bogor, B. P. S. K. (2018). *Badan Pusat Statistik Kota Bogor*. Retrieved from bogorkota.bps.go.id
- Daryanto, & Setiabudi, I. (2014). *KONSUMEN dan PELAYANAN PRIMA*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rahmayanty, N. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riyanto, A. (2018). *Ecodemica. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 117–124. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2911/pdf>
- Suratriadi, P., ... W. N.-M., & 2018, undefined. (2018). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Baraya Travel Cabang Jatiwaringin. *Journal.Stie-Kusumanegara.Ac.Id*, 1(1), 171–180.
- Suryani, D., & Sartika, R. (2018). Pengaruh Pelayanan Customer Service Representative

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Bank Mandiri (PERSERO) Tbk Cabang Kalibata Jakarta. *Managerial*, 1(1), 51–60. Retrieved from <http://journal.stie-kusumanegara.ac.id/index.php/managerial/article/view/17>

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

PROFIL PENULIS

Saya Menyelesaikan Jenjang S1 di Universitas Gunadarma, kemudian melanjutkan pada program Pasca Sarjana Universitas Gunadarma yang berhasil di selesaikan Pada tahun 2007. Saya mulai mengajar di UBSI sejak tahun 2009.