

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel

I Gusti Putu Laksaguna¹, Imam Sucipto²

^{1,2} Akademi Pariwisata Nasional Indonesia

¹igustiputulaksagunaimam@gmail.com, ²suciptoimam40@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima DDMMYY

Disetujui DDMMYY

Diterbitkan DDMMYY

Kata kunci:

Kualitas, Kepuasan,
Loyalitas

Keywords :

Quality, Satisfaction,
Loyalty

ABSTRAK

Pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen oleh suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Tujuan penelitian ini adalah untuk diketahuinya pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan rancangan penelitian explanatory research yang dilakukan di hotel holiday inn Pasteur Bandung yang dilakukan pada bulan November-Desember 2019. Hasil penelitian didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu hotel. variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tamu hotel dan variabel kepuasan tamu hotel (Y1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tamu hotel sehingga Pihak hotel diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan Kualitas Pelayanan, diantaranya yaitu dengan memperbaiki yang melekat pada karyawan, instrument tampak fisik, maupun kode etik pelayanan yang lebih baik.

ABSTRACT

Providing good service to consumers by a company will create consumer satisfaction. If consumers feel satisfied, they will make repeat purchases and recommend to other people to buy at the same place. The aim of this research is to determine the influence of service quality on hotel guest satisfaction and loyalty. The method used in this research is to use a quantitative method with an explanatory research design which was carried out at the Pasteur Bandung holiday inn hotel which was carried out in November-December 2019. The research results showed that the service quality variable (X) had a significant influence on guest satisfaction hotel. The service quality variable (X) has a significant influence on hotel guest loyalty and the hotel guest satisfaction variable (Y1) has a significant influence on hotel guest loyalty so that the hotel is expected to be able to maintain and improve service quality, including by improving what is attached to employees, physical visible instruments, as well as a better service code of ethics.



©2019 Penulis. Diterbitkan oleh Pascasarjana, STIE Bangkinang. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY ND ([Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).)

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industry terbesar dan tercepat perkembangannya di dunia. Sektor ini memberikan kontribusi yang besar untuk perkembangan ekonomi, pengurangan kemiskinan, penyerapan tenaga kerja dan berbagai dampak positif lainnya (ekonomi, sosial, politik, dan budaya). Kepariwisata nasional Indonesia tahun 2015 secara makro menunjukkan

perkembangan dan kontribusi yang terus meningkat dan semakin signifikan terhadap PDB nasional sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, dengan peningkatan devisa yang dihasilkan mencapai US\$ 11,9 milyar dan tenaga kerja sebanyak 12,16 juta orang. (kemenpar.go.id.).

Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata atau semakin berkembangnya suatu

daerah karena pariwisatanya maka salah satu yang dibutuhkan adalah jasa penginapan atau hotel. Jasa penginapan atau hotel menjadi sangat penting karena menjadi kebutuhan tempat untuk beristirahat, menginap, *meeting*, maupun merencanakan kegiatan lain sambil berwisata. Hotel merupakan suatu organisasi yang bergerak dibidang jasa dengan fokus kegiatannya adalah untuk melayani tamu hotel melalui pelayanan yang berkualitas. Hotel diharuskan memiliki bentuk pelayanan yang terbaik untuk ditawarkan kepada tamu hotelnya agar tamu hotelnya memilih jasanya. Pemberian pelayanan yang terbaik tentu setiap hotel akan membuat adanya kreatifitas ataupun inovasi untuk memperluas pasar tamu hotelnya maka kompetisi sebagai penyedia pelayanan terbaik dan terjangkau akan terlihat dalam kemudahan memperoleh informasi.

Pemberian pelayanan yang baik kepada kosumen oleh suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh sebab itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena semakin disadari kini pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Kota Bandung merupakan kota pariwisata di Indonesia karena kota Bandung sudah menjadi tujuan wisata para wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Destinasi wisata di kota Bandung sangat bervariasi karena banyak destinasi menarik yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Sehingga menarik wisatawan

untuk berwisata di kota Bandung. Bisa dilihat dari data kunjungan wisatawan yang datang ke kota Bandung.

Berdasarkan data badan pusat statistic jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung berdasarkan pintu masuk ke kota bandung pada tahun 2016 dengan total 6.899.522 jiwa, pada tahun 2017 sebesar 6.960.512 jiwa dan meningkat pada tahun 2018 sebesar 7.585.345 jiwa. (www.bandungkota.bps.go.id)

Keharuman kota Bandung sebagai *paris van java* tidak terlepas dari sejarah masa lalunya. Sejak zaman kekuasaan colonial Belanda yaitu ketika MHW Daendels mempertautkan jalan Raya Pos (*Grote Postweg*, sekarang jalan Asia Afrika) dengan jalan raya-Anyer-Panarukan pada tahun 1811, Bandung sudah mulai dikenal. Apalagi setelah pembangunan Jalan Kereta Api Jakarta-Bandung tahun 1884, perkembangan Kota Bandung semakin pesat.

Holiday Inn Bandung Pasteur adalah hotel kontemporer modern di Bandung yang terletak di jalan Pasteur menawarkan nilai tak tertandingi dan berbagai fasilitas untuk memberikan pengalaman berbeda yang terbaik selama melakukan perjalanan. Lokasi hotel yang strategis tidak jauh setelah pintu tol di Jalan Pasteur adalah pilihan yang baik ketika mengunjungi daerah Sukajadi.

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk diketahuinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel di Hotel Holiday Inn Bandung

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Jenis pendekatan yang peneliti gunakan adalah jenis pendekatan analisis deskriptif dengan penelitian *explanatory research*. Penelitian *explanatory research* merupakan penelitian yang

menjelaskan hubungan antara variabel-variabel X dan Y. Adapun penelitian yang dilakukan kali ini adalah penelitian penjelasn dengan menggunakan metode survey yang mana dalam pengumpulan datanya digunakan kuesioner dan wawancara. Menurut (Singarimbun dan Effendi, 1995) metode survey adalah metode yang mengambil data dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan alat data yang pokok sehingga penelitian survy bertujuan untuk mengetahui pendapatan responden, data yang akan diperoleh dari pengambilan sampel dalam populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lpkasi di Hotel Holiday Inn Hotel Pasteur Bandung. Waktu pengambilan data penelitian dilaksanakan pada bulan November-Desember 2019. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh tamu hotel Holiday Inn Hotel Pasteur Bandung yang datang pada bulan November- Desember 2019. Dalam penelitian ini jumlah sampe sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan total populasi. Analisa data dalam penelitian ini bersifat analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

- a. Indikator bukti fisik
Indikator Bukti Fisik mempunyai rata \pm rata sebesar 4,15. Artinya indikator bukti fisik mempunyai penilaian yang baik oleh responden, hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik di Hotel sudah mampu memberikan penampilan fisik yang baik.
- b. Indikator keandalan

Indikator Keandalan mempunyai rata \pm rata sebesar 4,08. Artinya indikator keandalan mempunyai penilaian yang baik oleh responden, hal ini menunjukkan bahwa pihak Hotel sudah mampu memberikan ketepatan waktu pelayanan dengan baik.

- c. Indikator daya tanggap
Indikator daya tanggap mempunyai rata \pm rata sebesar 3,77. artinya indikator daya tanggap mempunyai penilaian yang baik oleh responden, hal ini menunjukkan bahwa pihak hotel sudah mampu menanggapi keluhan konsumen maupun merespon konsumen dengan baik

- d. Indikator jaminan
Indikator jaminan mempunyai rata \pm rata sebesar 3,84. Artinya indikator jaminan mempunyai penilaian yang baik oleh responden, hal ini menunjukkan bahwa Hotel sudah mampu memberikan jaminan harga dan kualitas yang baik.

- e. Indikator empati
Indikator empati mempunyai rata \pm rata sebesar 4,26. Artinya indikator empati mempunyai penilaian yang baik oleh responden, hal ini menunjukkan bahwa hotel sudah mampu memberikan perhatian kepada tamu hotel yang berkunjung

2) Distribusi frekuensi variabel kepuasan tamu hotel (Y1)

Indikator tingkat kepuasan konsumen mempunyai rata \pm rata sebesar 4,34 dan *grand meannya* pun sebesar 4,34. Artinya indikator tingkat kepuasan konsumen mempunyai penilaian yang baik oleh responden dan pada tingkat

penghitungan item karyawan merespon permintaan dengan baik sebagai penilaian yang terbesar sehingga hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh hotel

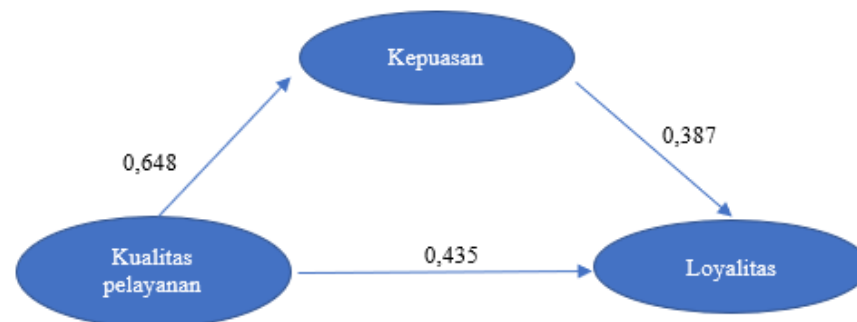
- 3) Distribusi frekuensi variabel loyalitas tamu hotel (Y2)

Indikator tingkat loyalitas konsumen mempunyai rata ± rata dan total rata ± rata sebesar 4,26. Artinya indikator tingkat loyalitas konsumen mempunyai penilaian yang baik oleh responden dan dengan adanya kepercayaan tamu yang besar (4,35), hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi kepada hotel

Analisis Jalur Path

Tabel 1. Hasil uji koefisien jalur

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	R2	t hitung	Probabilitas	Keterangan
Kualitas pelayanan	Kepuasan	0,648	0,412	9,043	0,000	Signifikan
Kualitas pelayanan	Loyalitas	0,435	0,562	5,238	0,000	Signifikan
kepuasan	loyalitas	0,387	0,546	5,539	0,000	Signifikan



Gambar 1 diagram model jalur variabel kualitas pelayanan, kepuasan tamu hotel dan loyalitas tamu hotel

$$\text{Sub struktural 1 : } Y_1 = 0,648X$$

$$\text{Sub struktur II : } Y_2 = 0,435 X + 0,387 Y_1$$

Ketetapan model sebesar 74,24% menerangkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari ketiga variabel yang diteliti adalah sebesar 74,24%. Sedangkan sisanya sebesar 25,76% dijelaskan oleh variabel lain

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Hotel.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur telah diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu hotel. Kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel merupakan hasil dari penilaian responden (tamu) berdasarkan pengalaman akan pelayanan yang diberikan Hotel Holiday Inn Bandung Pasteur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika semakin baik

kualitas pelayanan yang diberikan atau dilakukan maka kepuasan tamu hotel sebagai yang dilayani pun akan semakin baik juga.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khrisna Govender (2015) mengingat hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sangat erat maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut, kualitas pelayanan akan mendahului kepuasan pelanggan terlepas dari apakah konstruksi pelayanan tersebut bersifat kumulatif (transaksi umum) maupun transaksi khusus. Kepuasan pelanggan muncul sebagai akibat dari kualitas pelayanan dan hubungan antara kualitas layanan, nilai, kepuasan dan niat perilaku dan salah satu tujuannya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan ditemukan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan dan nilai kualitas pelayanan. "kepuasan pelanggan didasarkan pada tingkat kualitas layanan yang disediakan oleh penyedia layanan".

Penelitian dan teori yang dikembangkan oleh Turgay (2014) Mengevaluasi persepsi pelanggan dan hubungannya dengan kepuasan mengenai kualitas layanan secara luas diakui sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan profitabilitas di industri perhotelan dan industri hotel yang memiliki tingkat tinggi kontak pelanggan. Dengan demikian, sangat penting bagi operator hotel untuk terus menilai dan mencari cara untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Mengelola kualitas layanan berarti operator hotel harus sesuai dengan kinerja pelayanan dengan pelayanan yang dirasakan sehingga kepuasan pelanggan tercapai sehingga hal ini sejalan dengan tujuan penelitian yang menggambarkan adanya pengaruh signifikan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan tamu hotel.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu hotel.

Penelitian dan teori yang dikembangkan oleh Rousan, Ramzi dan Baddarudin (2010) pelayanan yang dirasakan tamu yang sesuai atau mendekati harapan tamu maka tamu akan merasa nyaman sehingga ada minat atau keinginan menggunakan jasa itu lagi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan atau diberikan maka akan merangsang loyalitas yang muncul dari tamu pun akan meningkat juga, dan hal ini pun sesuai sebagaimana tujuan penelitian yang memahami pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu hotel.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammed (2013), dikatakan bahwa banyak organisasi telah menyadari mempertahankan keunggulan tergantung pada perolehan loyalitas pelanggan, karena kualitas layanan merupakan bahan yang diperlukan untuk meyakinkan pelanggan untuk memilih sebuah organisasi tersebut daripada yang lain. Mencapai tingkat tinggi kualitas layanan yang disediakan adalah arti penting pelanggan yang setia. Menyediakan layanan berkualitas tinggi dianggap cara yang paling efektif untuk memastikan keunggulan jasa perhotelan atas pesaingnya dengan mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Tamu Hotel terhadap Loyalitas Tamu Hotel.

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan tamu hotel yang berpengaruh terhadap loyalitas tamu hotel pun akan sangat menentukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

Yousef dan Hareeza (2015) kepuasan wisatawan harus dianggap menjadi model yang dirancang untuk memahami faktor-faktor penentu loyalitas wisatawan. Pelaku dibidang perhotelan, loyalitas wisatawan perlu dipertimbangkan dalam hubungannya dengan kepuasan wisatawan ketika merancang dan memberikan layanan.

Kebijakan-kebijakan yang perlu dikembangkan adalah bagaimana membuat suatu strategi agar wisatawan tersebut loyal kepada suatu hotel, atas dasar pelanggan atau wisatawan yang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Teori menurut Willey and Sons (2012) Kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel merupakan hasil pengalaman pribadi tamu tersebut dalam menggunakan jasa penyedia jasa, apabila penyedia jasa dianggap sesuai dengan nilai \pm nilai pribadi tamu tersebut dan membuatnya puas, bukan tidak mungkin tamu tersebut akan menggunakan jasa itu lagi dan bahkan merekomendasikannya kepada pihak lain.

Pengujian Kepuasan Tamu Hotel sebagai Variabel Mediator Parsial dalam Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu Hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi model penelitian untuk menjelaskan hubungan struktural dari kualitas pelayanan, kepuasan tamu hotel dan loyalitas tamu hotel adalah sebesar 74,64%. Hasil tersebut menggambarkan bahwa dengan adanya pelayanan yang berkualitas atau pelayanan yang sangat baik akan memunculkan tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel (yang dapat dilihat dari kenyamanan dalam mendapatkan pelayanan, kenyamanan fasilitas hotelnya, puas dengan terpenuhinya

kebutuhan dan keinginan tamu hotel dengan mudah serta direspon baik oleh karyawan hotel) maka pelayanan yang diberikan dianggap berhasil (memuaskan) dan akan menimbulkan kesan baik yang dapat memicu adanya kepercayaan atau penggunaan jasa berulang dari tamu hotel. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa pengaruh terbesar adalah pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu hotel melalui kepuasan tamu hotel dengan persentase sebesar 25,7%. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Tamu Hotel terbukti sebagai variabel mediator parsial dalam hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Tamu Hotel. Hasil ini semakin kuat dengan didukung penelitian Lucia dan Maroco (2013) menunjukkan bahwa kepuasan adalah mediator sebagian dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dimana variabel kepuasan sebagai penentu terkuat dengan nilai yang diterima sebagai variabel perantara.

Penelitian yang dilakukan oleh Govender (2015) dalam studi yang dilakukan menetapkan bahwa secara umum ada korelasi positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan secara luas telah banyak diakui sebagai indikator loyalitas pelanggan di industri hotel. Studi ini pun menunjukkan bahwa tamu hotel yang puas cenderung tetap setia kepada penyedia layanan yang bersangkutan, oleh karena itu loyalitas pelanggan merupakan aset yang sangat dihargai dan merupakan refleksi jaminan keberhasilan jangka panjang dari sebuah hotel apabila dapat memperluas dan mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Kesimpulannya adalah bahwa pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan tamu dapat berdampak pada

tingkat kepuasan tamu. Tingkat kepuasan tamu tersebut terhadap kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa terkait fasilitas, pelayanan, dan respon karyawan yang baik, dapat memberikan kesan atau pengalaman yang baik bagi tamu, sehingga bisa memunculkan rasa percaya dan loyal terhadap hotel.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu hotel (Y₁).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tamu hotel (Y₂).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan tamu hotel (Y₁) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas tamu hotel (Y₂).

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Luciao, Joao Maroco. 2013. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in 4-5 Stars Hotel. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation in Portugal*. 4 (3) 119-145
- Arief, A. R. 2005. *Pengantar ilmu perhotelan dan restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Badaruddin, M. Ramzi. 2010. Journal Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan. *International Journal of Human and Social Sciences in Jordan*. 5 (3)

Banyuwangikab.go.id/ diakses pada januari 2017

Galib Mohammed. 2013. Journal The Impact of Service Quality on Customers Loyalty A Study *European Journal of Business and Management*. 5 (31)

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diunggah pada 14 Februari 2016 di Malang dari wikipedia.com

Krishna Govender. 2014. Journal Hotel Grading, Service Quality, Satisfaction and Loyalty- Proposing a Theoretical Model and Relationship. *Africa Journal of Hospitality, Tourism and Leisure in South Africa*. 4

Kemenpar.go.id/perkembangan pariwisata di indonesia, diakses pada januari 2017

Machin & Campbell. 1989. *Statistical Tables for Design of Clinical Trial: Medical Statistic and Computing*. London: Universit of South Hampton.

Parasuraman, Zeithmal (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel. Riyadi, Joko. 2008.

Gerbang Pemasaran. Jakarta : Gramedia.

Sihite, R. 2000. *Hotel Management (pengelolaan hotel)*. Surabaya: SIC.

Sinambela Lijan Poltak. 2014. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Turgay Bucak. 2014. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction: A Research on Hotel

Businesses. *International Journal of Education and Research School of Tourism and Hotel Management in Turkey*.2 (1)

Yousef, Keshavarz dan Hareeza Ali. 2015. The Service Quality Evaluation on Tourist Loyalty in Malaysian Hotels by the Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences in Malaysia*.6 (3)

Wiley and Sons. 2012. *Management in the Hospitality Industry*. Canada. Inc., Hoboken, New Jersey