

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel JW Marriott Surabaya

Wahyu Ratnasari¹, Nancy²

^{1,2} Akademi Kuliner Monas Pasifik Surabaya, Jl. Bratang Binangun No.37, Baratajaya, Kec. Gubeng, Kota SBY, Jawa Timur

e-mail: wratnasari81@yahoo.com¹, nancytan256@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan perekonomian di Surabaya semakin meningkatkan persaingan dalam dunia bisnis, bisnis jasa perhotelan adalah salah satunya. JW Marriott Hotel Surabaya dianggap sebagai hotel bintang lima dengan beragam fasilitas dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Namun persaingan dibisnis hotel bintang lima semakin meningkat dan kepuasan pelanggan semakin meningkat kunci untuk memenangkan pasar. Kualitas pelayanan yang baik sangat penting untuk dilakukan pelanggan merasa puas sehingga mereka akan kembali lagi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak servqual terhadap pelanggan kepuasan di JW Marriott Hotel Surabaya. Pendekatan dalam hal ini penelitian ini bersifat kuantitatif, dan jenis penelitian ini adalah menguji hubungan sebab akibat variable hubungan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan JW Marriott Surabaya, Teknik pengambilan sampelnya menggunakan aksidental contoh. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ganda analisis regresi linier.

Kata kunci : *Servqual, Kepuasan, Hotel.*

Abstract

Economic developments in Surabaya are increasingly increasing competition in the business world, the hotel services business is one of them. JW Marriott Hotel Surabaya is considered a five-star hotel with a variety of facilities and services offered to customers. However, competition in the five-star hotel business is increasing and increasing customer satisfaction is the key to winning the market. Good service quality is very important for customers to feel satisfied so that they will come back again. The purpose of this research is to determine the impact of servqual on customer satisfaction at JW Marriott Hotel Surabaya. The approach in this research is quantitative, and this type of research is to test the causal relationship between variable relationships. The population in this study were JW Marriott Surabaya customers. The sampling technique used accidental examples. The data collection methods used were observation and questionnaires. The analytical method used in this research is the multiple method of linear regression analysis.

Keywords: *Servqual, Satisfaction, Hotel.*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian telah menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi, hal ini terlihat dari semakin tingginya tingkat perekonomian dunia yang diikuti dengan naiknya perekonomian di Indonesia. Dengan semakin berkembangnya perekonomian tersebut para pelaku bisnis tentunya akan memerlukan tempat tinggal sementara sebagai sarana pendukung dalam usaha bisnisnya tersebut. Hotel adalah alternatif yang biasa dipilih sebagai sarana tersebut.

Perkembangan masyarakat dan perubahan ekonomi semakin meningkatkan persaingan dalam dunia bisnis, salah satunya adalah persaingan dalam bisnis perhotelan yang ada di Surabaya. Di Surabaya terdapat beberapa hotel bintang lima, antara lain JW Marriott Hotel Surabaya, Shangri-La Surabaya, Sheraton Hotel Surabaya, Hotel Bumi Surabaya, dan Hotel Majapahit. Persaingan ini sangat menentukan peluang bisnis masing-masing usaha perhotelan tersebut.

Pada tahun 2012 peningkatan pendapatan dari sektor perhotelan naik sekitar 20,96% dari tahun sebelumnya sebesar 26,376.90 (dalam milyar rupiah). Hal ini perlu diperhatikan karena merupakan salah satu penyumbang dalam PDB nasional.

Pada bulan April tingkat hunian kamar di beberapa hotel bintang lima mengalami kenaikan dari yang rata-rata tiap sekitar 60% menjadi rata-rata 70% pada bulan April, hal ini adalah dampak dari diadakannya APEC di Surabaya. Dan memilih JW Marriott Hotel dan Sheraton sebagai pilihan menginap selama acara rapat berlangsung di JW Marriot Hotel Surabaya. Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa JW Marriott Hotel Surabaya memiliki pengunjung terbanyak yakni sekitar 76,23% pada bulan April.

Semakin ketatnya persaingan tersebut, pihak penyedia layanan terus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan yang mereka berikan kepada pelanggan dengan lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan yang diharapkan agar pelanggan merasa nyaman selama menginap.

Kualitas layanan adalah suatu hal yang sering menjadi bahan persaingan dalam bisnis perhotelan ini. Banyak para pengusaha perhotelan yang terus meningkatkan kualitas pelayanan hotel untuk memenuhi kebutuhan para pengguna jasa hotel sehingga penjualan kamar hotel meningkat. Selain itu peningkatkan kualitas layanan ini dilakukan agar pengguna jasa dapat merasakan kepuasan tersendiri dalam pemenuhan kebutuhannya dalam bidang penggunaan jasa hotel. Hal ini sesuai dengan jurnal penelitian Astawa (2009), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penyediaan layanan yang baik diharapkan hotel JW Marriott Surabaya dapat memenuhi kepuasan pelanggan hal ini sesuai dengan pendapat Wyckop (Tjiptono, 2000:54). Menurut Kotler (2010:177), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur dalam kualitas layanan produk dan jasa. Adanya tuntutan layanan hotel yang lebih baik, bermutu, dan lebih cepat semakin terasa. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arizawati (2012) menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana *reliability* mempunyai pengaruh yang terbesar dalam penelitian ini.

Layanan-layanan tersebut ditujukan kepada pengguna layanan hotel agar pihak hotel dapat memberikan kepuasan pelayanan yang para pelanggan harapkan hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler (2010:177). Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas.

Dari pemenuhan kualitas layanan inilah di harapkan pengguna layanan jasa JW Marriott Hotel Surabaya diharapkan dapat menjadi puas terhadap dapat menjadi puas terhadap JW Marriott Hotel Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel JW Marriott Surabaya baik secara simultan maupun parsial.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel bebas yaitu bebas yaitu variabel kualitas layanan jasa terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Atribut dalam penelitian ini adalah kualits layanan jasa dan kepuasan pelanggan, untuk mengetahui kualitas layanan jasa yang dirasakan secara nyata oleh pelanggan, indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan jasa adalah *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.

Berwujud/*tangible* (X1), yaitu kemampuan JW Marriott Hotel Surabaya dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Indikator variabel *tangible* JW Marriott Hotel Surabaya yang merupakan pengembangan indikator yang diadopsi dari (Lupiyoadi:2009) dan (Chadha dan Deepa Kapoor:2009) adalah : memiliki ruang lobby nyaman (X1.1), interior hiasan yang cukup menarik (X1.2), eksterior hiasan yang cukup menarik (X1.3), para karyawan memiliki penampilan yang rapi (X1.4), fasilitas kamar yang up-to-date dengan pemasangan wifi di kamar (X1.5), informasi tentang JW Marriott Hotel Surabaya yang disajikan secara visual berupa brosur dan pamphlet (X1.6), kamar hotel yang bersih (X1.7).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan JW Marriott Hotel. Adapun populasi penelitian ini adalah tamu yang menginap pada bulan juni-juli. Populasi tidak dibatasi oleh jenis kelamin. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,33 + 0,172X_1 + 0,162X_2 + 0,220X_3 + 0,177X_4 + 0,189X_5 + e$$

Tabel 1. Tabel uji F

Keterangan	Nilai	Sig.
F hitung	24,910	0,000

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2013

Hipotesis pertama ini diuji dengan menggunakan uji F, menurut hasil perhitungan menunjukkan nilai F hitung sebesar 24, 910 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5% kualitas layanan terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Tabel regresi data koefisien regresi linier berganda

Variabel	Unstandar dized Coefficient (B)	Standardized Coefficients (Beta)	Thitung	Sig
(Constant)	0,333	-	-	-
X1	0,172	0,292	2,393	0,019
X2	0,162	0,183	2,035	0,045
X3	0,220	0,227	2,104	0,038
X4	0,177	0,272	2,288	0,042
X5	0,189	0,245	2,213	0,029
R		= 0,755		
R2		= 0,570		
Adjusted R Square		= 0,547		
X		= 0,05		

Sumber: Hasil olah SPSS, 2013

Uji t digunakan untuk menguji mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, diketahui bahwa t hitung untuk variabel *tangible* (X1) sebesar 2,393 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$ atau 5%. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel *tangible* (X1), mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Pembahasan

Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka diketahui nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas memiliki tanda positif. Hal ini menunjukkan hubungan yang searah antara variabel kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsi-veness, assurance*, dan *empathy* dengan kepuasan pelanggan (Y). Menurut hasil perhitungan menunjukkan nilai F hitung sebesar 24,910 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5% bahwa variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi

oleh variabel kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* secara simultan.

Dari hasil uji F juga diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di JW Marriott Hotel Surabaya yang berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang baik.

SIMPULAN

Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa variabel *tangible* memberikan kontribusi terbesar dibanding variabel lainnya dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, oleh karena itu pihak JW Marriott Hotel Surabaya sebaiknya tetap mempertahankan kualitas layanannya dan melakukan perbaikan dalam *repainting* bangunan luar ataupun *repair wallpaper* ruangan agar penampilan Gedung JW Marriott Hotel Surabaya selalu terlihat nyaman dan menarik. Disamping itu, penampilan karyawannya dalam hal ini juga harus diperhatikan kerapiannya sehingga pelanggan selalu tertarik untuk menggunakan jasa di JW Marriott Hotel Surabaya. Untuk variabel yang memberi kontribusi terendah adalah *reliability* dimana keandalan dari pelayanan harus terus ditingkatkan seperti memverifikasi permintaan tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizawati. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang.
Jurnal Orasi Bisnis 7 (1): 59-67. Ali, Hasan. Pemasaran 2008. dan Manajemen Marketing. Bandung : Alfabeta. Astawa, I Ketut. 2009.
Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Ulang di Hotel Inna Kuta Beach. Sarathy 16 (2): 267-279.
Chadha, S.K, Deepa Kapoor. 2009. Effect of Switching Cost, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Cellular Service Providers in Indian Market. The Invali University Press, (Online), (<http://www.emeraldinsight.com>).
Ismail, Ishak dkk.,. 2006. Service quality, client satisfaction and loyalty towards audit firms Perceptions of Malaysian public listed companies. Managerial Auditing Journal 21 (7).
Kotler, Philip. 2010.
Manajemen pemasaran, Jilid I Dan Jilid II. Jakarta: PT Indeks. Lumpiyoadi, Rambat., A. Hamdani. 2009.
Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat. Sulastiyono, Agus. 2007. Teknik dan Prosedur Divisi Kamar pada Bidang Hotel. Bandung: Alfabeta. Tjiptono, Fandy. 2000.

Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Offset. Jakarta. Walsh, Gianfranco, Sharon E. Beatty. 2007.

Costumer based Corporate reputation of a service firm:scale development and validation. Academy of Marketing Science, (Online) 35: 127-143. www.bps.go.id www.agoda.com