

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GARUDA DI PONTIANAK

Sepriliana

sl.euforia@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma, Pontianak.

ABSTRAK

Didalam perkembangannya, bisnis perhotelan khususnya di kota Pontianak terus mengalami penambahan hotel untuk beberapa tahun terakhir ini. Salah satu cara bagi suatu industri bisnis maupun dunia usaha supaya mampu bertahan ditengah ketatnya persaingan yang ada adalah dengan cara menciptakan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Garuda kepada konsumennya serta untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Garuda di Pontianak. Didalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dengan objek penelitian yaitu Hotel Garuda di Pontianak. Teknik pengumpulan data yang dipakai berupa kuesioner, wawancara dan studi dokumenter. Untuk teknik analisis data menggunakan alat analisis kualitatif dan kuantitatif berupa analisis tingkat kesesuaian, analisis diagram kartesius dan analisis regresi linier berganda yang menggunakan bantuan program SPSS 17. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka didapat persamaan regresinya adalah $Y = 0,675X_1 + 0,014X_2 - 0,325X_3 + 0,418X_4 + 0,389X_5$. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} yaitu sebesar 11,822 dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000. Pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel keandalan (X_2) dan daya tanggap (X_3) menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan variabel bukti fisik (X_1), jaminan (X_4) dan empati (X_5) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Koefisien determinasi sebesar 0,353 ini berarti 35,3 persen kepuasan konsumen berkontribusi untuk dijelaskan oleh variabel dimensi kualitas pelayanan. Adapun saran-saran yang dapat diberikan penulis kepada pihak Hotel Garuda di Pontianak adalah meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang tanggap dari karyawannya terutama pada variabel keandalan karena variabel tersebut dianggap penting oleh konsumen sedangkan pelaksanaannya belum memuaskan dan cenderung mengecewakan. Dan mempertahankan kinerja dimensi kualitas pelayanan jasa yang pelaksanaannya sudah baik dan memuaskan agar memenuhi harapan pelanggan demi tercapainya kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

A. Pendahuluan

Didalam bisnis perhotelan ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu. Semua yang ditawarkan itu merupakan produk hotel. Produk hotel tersebut dapat dibagi dalam beberapa bentuk seperti kamar hotel (*rooms*), layanan makan dan minuman (*food and beverage*) restoran, tersedianya fasilitas yang baik dan masih banyak lagi fasilitas lainnya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama bagi aktivitas bisnis dan kegiatan pemasaran lainnya. Salah satu cara bagi suatu industri bisnis maupun dunia usaha supaya mampu bertahan ditengah ketatnya persaingan yang ada adalah dengan cara menciptakan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan.

Dari hasil pengamatan penulis dilapangan menunjukkan bahwa jumlah hotel yang beroperasi di kota Pontianak selama beberapa tahun terkahir ini meningkat terus baik hotel yang berbintang maupun kelas Melati. Demikian juga pada tahun-tahun mendatang akan bermunculan hotel-hotel baru yang saat ini sedang dalam proses pembangunan. Kondisi ini menggambarkan bahwa baik sekarang maupun masa yang akan datang terjadi persaingan yang sangat ketat di industri perhotelan ini.

Mengingat produk yang dipasarkan hotel adalah jasa yang karakteristiknya disamping tidak berwujud juga manfaatnya dirasakan berbeda-beda oleh masing-masing konsumen, maka dalam kegiatan pemasarannya aspek kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi kunci penentu keberhasilan perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Garuda di Pontianak.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Garuda kepada konsumennya dan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dimensi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen.

B. Kajian Teori

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. "Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan." (American Marketing Assosiation, 2009: 5). "Pemasaran hotel adalah ilmu yang bertujuan untuk menyenangkan tamu dan dari kegiatan itu hotel memperoleh keuntungan. Oleh karena itu Kotler menyebutnya sebagai *sensitive serving and satisfying the human needy*" (Kotler, 2004: 10).

Adapun definisi manajemen pemasaran dapat dipaparkan sebagai berikut:

“Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar” (Kotler, 2008: 7)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata ‘jasa’ (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya” (Kotler, 2006: 6).

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model Servqual (singkatan dari *service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka.

Lima dimensi utama dalam model *servqual* (Parasuraman, et. al., 2006: 182):

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Dimensi-dimensi kualitas jasa yang telah disebutkan di atas harus di aplikasikan dengan baik. Bila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Terdapat lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 184):

1. Kesenjangan persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.
2. Kesenjangan spesifikasi kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
3. Kesenjangan penyampaian jasa, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
4. Kesenjangan komunikasi pemasaran, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan.

“Kata ‘kepuasan atau *satisfaction*’ berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’ (Tjiptono, 2005: 349).

“Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan” (Howard dan Sheth, 2005: 349). Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan, yaitu (Kotler, 2006: 192):

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dengan membentuk sistem saran dan kritik.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership* marketing sesuai dengan situasi pemasaran.

Untuk mendukung kajian teori ini, penulis juga melampirkan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang akan dijabarkan dalam Tabel 1.

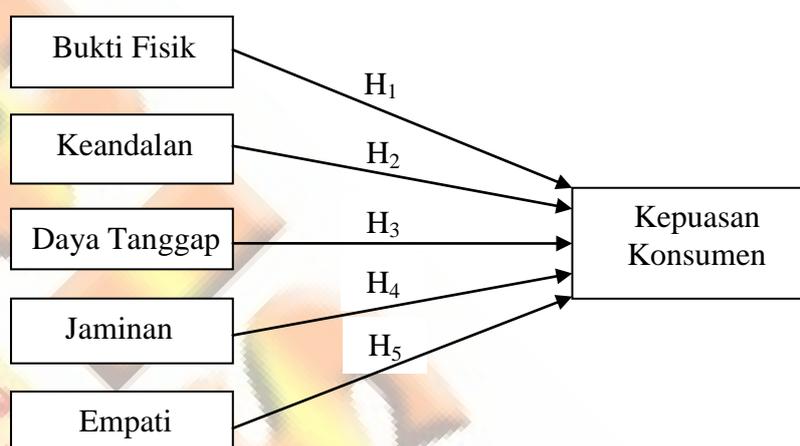
Dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa hasil penelitian terdahulu mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian tersebut, penulis membuat sebuah kerangka berpikir yang menjelaskan pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dapat dilihat pada Gambar 1.

TABEL 1
HASIL PENELITIAN TERDAHULU MENGENAI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

| No | Judul | Penulis | Permasalahan | Hasil Penelitian |
|---|---|-------------------------|---|--|
| 1 | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang | Afrizawati (2012) | 1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang? 2. Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Arista Palembang? | Dimensi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik/ <i>Tangible</i> (X_1), Keandalan/ <i>Reliability</i> (X_2), Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> (X_3), Jaminan/ <i>Assurance</i> (X_4), dan Empati/ <i>Empathy</i> (X_5) secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Arista Palembang. |
| <i>Sumber: Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VII, Mei 2012 ISSN: 2085-1375</i> | | | | |
| 2 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Grand City Hotel Gorontalo) | Friets I. Djafar (2013) | Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Grand City Hotel Gorontalo? | Berdasarkan hasil analisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Grand City Hotel Gorontalo. Dimana kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Grand City Hotel Gorontalo yang dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,729. |
| <i>Sumber: Universitas Negeri Gorontalo, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, Skripsi</i> | | | | |
| 3 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan | M. Saleh Lubis (2013) | Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk | Kualitas pelayanan yang telah diberikan Arumas Hotel berupa <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> dan <i>Empathy</i> baik secara |

| | | |
|--|------------|--|
| Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping | Sikapings? | sendiri-sendiri maupun secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. |
| Sumber: e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 1, Nomor 2, Mei 2013 : 77-85 | | |
| Sumber: Data Olahan, 2014 | | |

GAMBAR 1
KERANGKA BERPIKIR



Sumber: Data Olahan, 2014

Pada Gambar 1 menjelaskan bahwa dimensi kualitas pelayanan berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Afrizawati, Friets I. Djafar dan M. Saleh Lubis yang meneliti mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka dari kerangka berpikir pada Gambar 1 sebelumnya, penulis membuat hipotesis berupa H_1 untuk bukti fisik, hipotesis H_2 untuk keandalan, hipotesis H_3 untuk daya tanggap hipotesis H_4 untuk jaminan dan hipotesis H_5 untuk empati.

C. Metode Penelitian

Berdasarkan perincian pada kajian teori sebelumnya, maka perumusan hipotesis untuk uji signifikansi regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Garuda.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas bukti fisik terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Garuda.

H_2 = Terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas keandalan terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Garuda.

H₃ = Terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas daya tanggap terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Garuda.

H₄ = Terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas jaminan terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Garuda.

H₅ = Terdapat pengaruh yang signifikan dimensi kualitas empati terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Garuda.

1. Bentuk Penelitian

Didalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu metode yang melukiskan suatu keadaan yang sebenarnya dari data-data yang terkumpul seperti apa adanya dengan objek penelitian pada perusahaan jasa penginapan Hotel Garuda di Pontianak. “Desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian” (Sanusi, 2011: 13).

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data diperoleh dengan cara:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu (Sanusi, 2011: 109).

b. Wawancara

Penulis mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak Hotel Garuda di Pontianak serta pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini untuk memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

c. Studi Dokumenter

Yaitu pengumpulan data dilakukan dengan mengambil data-data dari Hotel Garuda Pontianak serta dari sumber-sumber lain seperti literatur atau pun pihak-pihak yang berhubungan dengan penulisan ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti (Kountur, 2008: 36). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu hotel yang menginap di Hotel Garuda Pontianak pada tahun 2013 yaitu sebanyak 7.043 responden.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu populasi (Kountur, 2008: 36). Untuk menentukan besarnya jumlah sampel responden dari suatu populasi, penulis menggunakan rumus Slovin (Sanusi, 2011: 101) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.\alpha^2}$$
$$= \frac{7.043}{1+7.043 (0,01)} = \frac{7.043}{1+70,43}$$

$n = 98,60$ dibulatkan menjadi 100 orang responden

Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling*. “*Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data” (Sugiyono, 2004: 77). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah menginap di Hotel Garuda Pontianak sebanyak dua kali per tahun.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan mengelompokkan dan menjumlahkan jawaban dari responden melalui kuesioner yang telah disebarakan sesuai dengan kriteria yang ada. Untuk mengukur nilai kepentingan dan tingkat kesesuaian terhadap kepuasan konsumen digunakan pembobotan lima tingkat (Skala Likert) dan diagram kartesius. Sedangkan untuk melihat ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maka dilakukan uji regresi linier berganda yang diuji secara parsial maupun simultan.

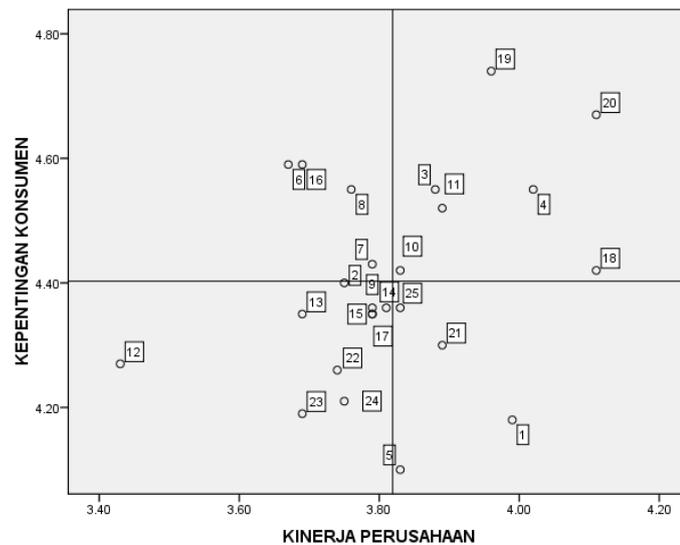
D. Analisis Data & Pembahasan

1. Analisis Diagram Kartesius

Berdasarkan perhitungan dari hasil nilai tingkat kinerja Hotel Garuda di Pontianak dan tingkat kepentingan konsumen yang diperoleh, maka dapat digambarkan dalam bentuk diagram kartesius pada Gambar 2.

GAMBAR 2

HOTEL GARUDA DI PONTIANAK ANALISIS DIAGRAM KARTESIUS



Dari Gambar 2 tersebut dapat dilihat bahwa masing-masing variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Garuda di Pontianak dibagi menjadi empat kuadran dalam analisis diagram kartesius yaitu kuadran A, B, C dan D. Letak variabel-variabel tersebut berbeda antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa perusahaan melaksanakan variabel-variabel tersebut secara berbeda sehingga tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga berbeda.

Kuadran A

Adapun variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada waktu yang dijanjikan (6).
- Kemampuan karyawan menjelaskan prosedur pelayanan dengan jelas dan mudah dipahami (7).
- Kemampuan karyawan hotel dalam menyelesaikan masalah tepat pada waktu yang telah dijanjikan (8).
- Karyawan yang terlatih dan kompeten dalam melayani tamu hotel (16).

Kuadran B

Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Menggunakan peralatan teknologi komputer dalam proses pengoperasian (3).
- Menyediakan perlengkapan yang lengkap untuk tamunya seperti handuk, sabun, shampo dan tisu (4).
- Prosedur pengurusan reservasi kamar serta proses transaksi yang akurat dan cepat (10).
- Kesediaan karyawan didalam membantu kesulitan yang dihadapi oleh tamu hotel (11).

- e. Melayani tamu hotel dengan sopan dan ramah (18).
- f. Rasa aman pada saat meninggalkan barang-barang dikamar (19).
- g. Rasa aman pada saat meninggalkan kendaraan pada tempat yang telah disediakan (20).

Kuadran C

Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Tempat parkir yang memadai (2).
- b. Kemampuan karyawan didalam menyediakan fasilitas sesuai yang dijanjikan (9).
- c. Kesiediaan karyawan hotel dalam menjawab setiap pertanyaan yang ditanyakan oleh tamu hotel (12).
- d. Ketanggapan karyawan dalam merespon permintaan atau masalah tamu hotel secara tepat dan cepat (13).
- e. Kesiediaan karyawan hotel dalam melayani kebutuhan tamu hotel dengan cepat (14).
- f. Keinginan karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan tamu hotel secara tepat (15).
- g. Kemampuan karyawan untuk meyakinkan tamu hotel terhadap keamanan hotel (17).
- h. Memahami kebutuhan tamu hotel (22).
- i. Sikap mau menerima dan menanggapi kritik maupun saran dari tamu hotel dengan baik (23).
- j. Kemampuan karyawan menjalin hubungan yang baik dengan tamu hotel (24).

Kuadran D

Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Tersedianya fasilitas seperti imperium karaoke, restoran dan *meeting room* yang memadai (1).
- b. Karyawan yang berpenampilan rapi, bersih dan menarik (5).
- c. Kemampuan berkomunikasi dengan baik kepada tamu hotel (21).
- d. Sikap tidak pernah menunjukkan bahwa karyawan sedang sibuk ketika menanggapi permintaan tamu (25).

2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dari hasil uji validitas, didapat hasil bahwa semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,195. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang ada adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini baik variabel bebas maupun variabel terikat mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun model persamaan regresi yang didapat dari hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,675 X_1 + 0,014 X_2 - 0,325 X_3 + 0,418 X_4 + 0,389 X_5$$

Dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, sedangkan untuk variabel daya tanggap mempunyai arah negatif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Berikut ini penulis sajikan Tabel 2 yang memperlihatkan hasil koefisien determinasi dimana nilai untuk koefisien determinasinya dilihat dari nilai *adjusted R square*.

TABEL 2
HOTEL GARUDA DI PONTIANAK
KOEFISIEN DETERMINASI

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .621 ^a | .386 | .353 | .71202 |

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap

Pada Tabel 2 diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh yaitu sebesar 0,353. Hal ini berarti 35,3 persen kepuasan konsumen

berkontribusi untuk dijelaskan oleh dimensi bukti fisik, keandalan, daya taggap, jaminan dan empati. Sedangkan sisanya ialah sebesar 64,7 persen kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Signifikansi dengan tabel ANOVA (F_{hitung})

Untuk menguji apakah model persamaan regresi yang dibuat dalam analisis regresi linier berganda sebelumnya dinilai layak atau tidak, maka penulis menggunakan uji signifikansi dengan tabel Anova untuk melihat seberapa besar nilai F_{hitung} dan nilai signifikansi yang diperoleh. Berikut ini penulis sajikan Tabel 3 yang menunjukkan hasil uji signifikansi dengan tabel ANOVA.

TABEL 3
HOTEL GARUDA DI PONTIANAK
HASIL UJI SIGNIFIKANSI DENGAN TABEL ANOVA

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 29.968 | 5 | 5.994 | 11.822 | .000 ^a |
| | Residual | 47.655 | 94 | .507 | | |
| | Total | 77.623 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada Tabel 3 diketahui bahwa hasil untuk perhitungan statistik ini menunjukkan nilai F_{hitung} yaitu sebesar 11,822 lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu sebesar 2,470. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi yang dibuat oleh penulis dalam analisis regresi linier berganda sudah dinilai baik atau layak untuk pengujian persamaan regresi.

6. Uji t

Untuk mengukur masing-masing signifikansi koefisien regresi pada persamaan regresi linier berganda maka penulis menggunakan uji t. Berikut ini penulis sajikan hasil dari pengujian masing-masing pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat pada Tabel 4.

TABEL 4
HOTEL GARUDA DI PONTIANAK
HASIL UJI T

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-----|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -1.309 | .678 | | | | |
| | | | | -1.932 | .056 | | |

| | | | | | | | |
|--------------|-------|------|-------|--------|------|------|-------|
| Bukti Fisik | .675 | .192 | .366 | 3.515 | .001 | .602 | 1.662 |
| Keandalan | .014 | .183 | .009 | .078 | .938 | .544 | 1.838 |
| Daya Tanggap | -.325 | .179 | -.202 | -1.811 | .073 | .525 | 1.905 |
| Jaminan | .418 | .198 | .234 | 2.111 | .037 | .529 | 1.889 |
| Empati | .389 | .155 | .275 | 2.519 | .013 | .547 | 1.829 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel bukti fisik (*tangible*) menunjukkan nilai sebesar 3,515 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,962. Hal ini berarti hipotesis H_1 diterima. Untuk variabel keandalan (*reliability*) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0,078 lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,962. Hal ini berarti hipotesis H_2 ditolak. Hasil untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -1,811 lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,962. Hal ini berarti hipotesis H_3 ditolak. Untuk variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,111 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,962. Hal ini berarti hipotesis H_4 diterima. Dan hasil untuk variabel empati (*empathy*) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,519 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,962. Hal ini berarti hipotesis H_5 diterima.

E. Penutup

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini diantaranya yaitu sebagai berikut:

- Dari hasil pengujian diketahui bahwa kebijakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Garuda di Pontianak kepada konsumennya sudah dinilai baik oleh konsumennya.
- Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka didapat persamaan regresinya adalah $Y = 0,675 X_1 + 0,014 X_2 - 0,325 X_3 + 0,418 X_4 + 0,389 X_5$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi untuk dimensi bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), jaminan (X_4) dan empati (X_5) adalah positif. Sedangkan dimensi daya tanggap (X_3) adalah negatif.
- Dari hasil analisis pada bab sebelumnya diperoleh bahwa variabel bukti fisik, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan untuk variabel keandalan dan daya tanggap tidak mempunyai pengaruh

yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dikarenakan nilai signifikansi nya lebih besar dari 0,05.

- d. Nilai *Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,353. Hal ini berarti bahwa 35,3 persen kepuasan konsumen (Y) berkontribusi untuk dijelaskan oleh variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya taggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5). Sedangkan sisanya ialah sebesar 64,7 persen dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang sekiranya dapat bermanfaat bagi Hotel Garuda di Pontianak, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Dalam kaitannya dengan variabel keandalan, keandalan karyawan dalam melayani tamu hotel dirasa masih belum memuaskan dan cenderung mengecewakan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya mulai dari pelayanan yang cepat dan tepat pada waktu yang dijanjikan, prosedur pelayanan juga diharapkan tidak berbelit-belit sehingga mudah dipahami oleh tamu hotel, serta dilakukan upaya dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan lebih terlatih dan kompeten dalam melayani tamu hotel.
- b. Beberapa variabel yang perlu dipertahankan oleh Hotel Garuda di Pontianak karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen diantaranya yaitu variabel bukti fisik seperti selalu menyediakan perlengkapan yang lengkap dan senantiasa melakukan perbaikan secara berkala terhadap setiap fasilitas yang ada didalam hotel. Didalam variabel keandalan perlu dipertahankan ketanggapan dari resepsionisnya didalam mengurus prosedur reservasi kamar serta proses transaksi yang akurat dan cepat. Pada variabel daya tanggap yang perlu dipertahankan ialah kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan yang dihadapi oleh tamu hotel perlu di perhatikan untuk meningkatkan kepuasan tamu hotel. Pada variabel jaminan unsur yang perlu dipertahankan ialah rasa aman yang dirasakan tamu hotel. Dan pada variabel empati ialah mengembangkan kemampuan berkomunikasi yang baik antara karyawan dengan konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas menggunakan jasa penginapan Hotel Garuda di Pontianak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizawati. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang." *Jurnal Orasi Bisnis*, Edisi ke-VII, Mei 2012. ISSN: 2085-1375.
- Djafar, Friets I. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Grand City Hotel Gorontalo)*. Universitas Negeri Gorontalo, 2013.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran (Judul Asli: Marketing Management) edisi ketigabelas, jilid 1*. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kountur, Ronny. *Menguasai Riset Pemasaran*. Jakarta: PPM, 2008.
- Lubis, M. Saleh. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping*. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 1 no. 2, 77-85. Mei 2013.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma. *Pedoman Penulisan Skripsi edisi revisi kesembilan*. Pontianak: STIE Widya Dharma, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Swastha, Basu, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa edisi pertama*. Malang: Bayumedia, 2005.
- Yoeti, H. Oka A. *Strategi Pemasaran Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.