

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL PATRA JASA BALI RESORT & VILLAS KUTA- BADUNG

**I Ketut Sirna**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Humaniora,  
Universitas Dhyana Pura

Email: ketutsirna@yahoo.co.id; sirna@undhirabali.ac.id

### ABSTRAK

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian penting dalam perusahaan perhotelan di dalam mencapai target pendapat perusahaan secara maksimal sesuai dengan yang diharapkan. Dan pentingnya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa hotel kepada pelanggan sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik dalam menjaga citra perusahaan dan menghindari komplain dari pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas Kuta Badung.

Pada penelitian ini dikumpulkan data dengan kuisioner terhadap 100 responden. Data yang diperoleh selanjutnya analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji t dan f. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, *Tangible* ( $X_1$ ) sebesar 2,534, *Reliability* ( $X_2$ ) sebesar 2,611, *Responsiveness* ( $X_3$ ) sebesar 2,153, *Assurance* ( $X_4$ ) sebesar 2,637,, *Empathy* ( $X_5$ ) sebesar 2,102, terhadap Kepuasan Tamu (Y) di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas Kuta Badung dan secara simultan pengaruh kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) sebesar 35,809 terhadap kualitas pelayanan di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas sudah baik dalam kualitas pelayanannya.

**Kata Kunci:** *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Kepuasan tamu*

### 1. Pendahuluan

Bali merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia. Bali memiliki keunikan budaya, adat istiadat, dan kaya akan kesenian daerah yang digemari oleh wisatawan mancanegara maupun domestik. Bali selalu dijadikan acuan untuk daerah lain dalam mengembangkan pariwisatanya. Sektor pariwisata dijadikan sumber potensial untuk meningkatkan pendapatan daerah. Pengembangan sektor ini menjadikan pula perluasan tenaga kerja, mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor ekonomi lainnya seperti bidang perhotelan, perhubungan, kerajinan dan lain-lain yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Bali.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan adalah kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kelangsungan hotel. Kualitas layanan yang dimaksud baik berupa bangunan hotel, kehandalan karyawan, kesopanan

karyawan, perhatian karyawan, dan lain sebagainya, dengan harapan agar para tamu merasa senang dan nyaman menginap di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas Kuta Badung. Namun tidak sedikit tamu yang terkadang mengeluh karena kinerja pelayanan yang mereka terima dari pihak hotel tidak sesuai yang mereka harapkan sehingga hal tersebut memberikan ketidakpuasan tamu di hotel dalam menggunakan jasa yang diberikan.

Berikut data *complaint* yang dapat di lihat pada *guest comment* yang ada di hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas

Table 1.1  
Guest Comment

No	Jenis <i>Comment</i>	Keterangan	Jumlah <i>Complaint</i>
1	<i>Complaint</i> terhadap fasilitas tamu	Kenyamanan tamu terganggu karena berisik, banyak nyamuk, banyak semut	17 orang
2	<i>Complaint</i> terhadap fasilitas Hotel	<i>Air Conditioner</i> kurang dingin, <i>bath towel</i> kotor, Bath Tub Cuil	23 orang
3	<i>Complaint</i> terhadap sikap karyawan	Pelayanan di restaurant & Room Service kurang cepat dalam melayani pemesanan tamu	14 orang

Sumber : Quality Assurance Hotel Patra Bali Kuta Badung 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat tiga jenis *complaint* tamu yang meliputi: Fasilitas tamu (kenyamanan tamu), Fasilitas Hotel (*air conditioner* kurang dingin, *bath towel* kotor, bath tub cuil), dan sikap karyawan (pelayanan restaurant dan room service kurang cepat dalam melayani tamu). Dengan demikian hal ini mempengaruhi pelayanan yang ada di Hotel Patra Bali Kuta, sehingga penelitian ini penting dilakukan karena pihak manajemen Hotel Patra Bali Kuta mengharapkan *complaint* dari tamu adalah nol atau tidak ada *complaint*.

Dalam kualitas pelayanan terdapat lima variabel yang menjadi pengaruh kepuasan tamu yaitu *Tangible* yang terdiri dari penataan kamar, penataan taman, penampilan karyawan, penataan lobby, dan tampilan brosur. *Reliability* yang meliputi kemampuan layanan, ketepatan layanan, dan kecepatan layanan. *Responsiveness* yang meliputi kesanggupan melayani, dan kesediaan melayani. *Assurance* yang terdiri dari kesopanan karyawan, keramahan karyawan, dan perhatian karyawan. *Empathy* yang meliputi inisiatif pelayanan, dan kepedulian kepada pelanggan.

Berdasarkan masalah tersebut di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk merekomendasikan "Pengaruh Kualitas Pelayanan (X.1.*Tangible*, X.2.*Reliability*, X.3.*Responsiveness*, X.4.*Assurance*, X.5.*Empathy*) Terhadap Kepuasan Tamu (Y) Di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas Tuban Badung".

Berdasarkan uraian tersebut diatas, hotel merupakan tempat wisatawan tinggal selama melaksanakan liburannya, dimana hotel itu sendiri menyediakan semua keperluan wisatawan dalam melaksanakan liburannya baik dalam penyediaan makanan, tempat tidur untuk istirahat maupun transportasi untuk wisatawan dalam menjalankan aktifitas liburannya untuk menjaga kenyamanan, kepuasan, dan keamanan bagi wisatawan dalam melaksanakan liburannya.

Sulastiyono (2007:185) menyatakan hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil.



Manajemen dalam suatu perusahaan hotel dapat diartikan suatu proses pengelolaan yang dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, control terhadap semua sumber daya yang dikelola untuk mencapai harapan atau tujuan yang diinginkan perusahaan. Handoko (2000:10) Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan."

Jasa yang dimaksudkan oleh perusahaan perhotelan dapat diartikan sebagai kegiatan yang diidentifikasi, yang bersifat tak terabas, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen. Pengertian jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya. Kotler (2002:486) mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi dapat dirasakan secara fisik dan membutuhkan interaksi antara satu pihak ke pihak lain.

Karakteristik Hotel menunjukkan ciri khas suatu produk dan pelayanan hotel yang disediakan untuk tamu dalam memberikan pelayanan jasa yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan tamu yang menginap. Kotler (2004:488) mengatakan bahwa terdapat empat karakteristik jasa, antara lain:

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, dan didengar sebelum membeli.
- 2) *Inseparability* (tidak terpisahkan). Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli jasa itu, baik pembeli jasa itu adalah orang maupun mesin. Jasa tidak dapat dijejerkan pada rak-rak penjualan dan dapat dibeli oleh konsumen.
- 3) *Variability* (keanekarupaan). Jasa sangat beraneka rupa karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekarupan ini akan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyedia jasa.
- 4) *Perishability* (tidak tahan lama). Jasa tidak tahan lama, karenanya tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan dikemudian hari. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini bukanlah masalah kalau permintaan tetap tau teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat dengan mudah disusun terlebih dahulu, permintaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masalah sulit.

Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu produk yang tidak nyata (*intangible*) dari hasil kegiatan timbal balik antara pemberi jasa dan penerima jasa melalui satu atau beberapa aktivitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kotler (2005:20) pelayanan adalah suatu aktivitas yang memberikan manfaat dan ditawarkan oleh semua pihak kepada pihak lain dalam bentuk tidak nyata dan tidak menimbulkan pemindahan kepemilikan, seperti halnya terjadi pada produk manufaktur. Kualitas pelayanan merupakan sebagai suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan dalam usaha perhotelan adalah sebagai indikator dan pengukuran terhadap dimensi pelayanan yang dilakukan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2006;182), adalah:

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan

- kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- 2) *Releability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
  - 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
  - 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
  - 5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Kepuasan Tamu dalam perusahaan hotel mempunyai arti sangat penting dalam menjaga kelangsungan kehidupan operasi perusahaan karena merupakan tolak ukur keberhasilan usaha pelayanan jasa hotel. Menurut Kotler dan Armstrong (2005: 70): Kepuasan tamu adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Sehingga tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* terhadap kepuasan di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas dan Pengaruh Secara simultan antara *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* terhadap kepuasan tamu di Patra Jasa Bali Resort & Villas.

## 2. Metode

Dalam penelitian ini dapat diidentifikasi beberapa Variabel, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

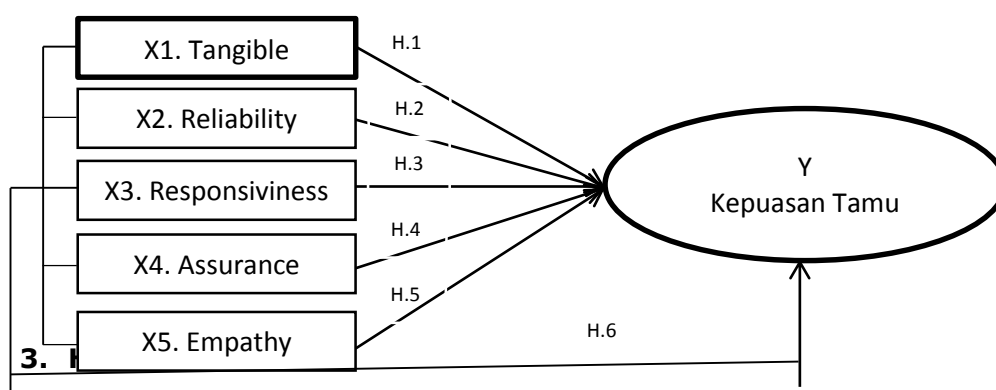
- 1) Variabel bebas (Independen Variabel), yaitu variabel yang tidak di pengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari indikator variabel yaitu : ( $x_{1.1}$ ) *tangible*, ( $x_{1.2}$ ) *reliability*, ( $x_{1.3}$ ) *responsiveness*, ( $x_{1.4}$ ) *assurance*, ( $x_{1.5}$ ) *emphaty*.
- 2) Variabel terikat (Dependen Variabel) yaitu variabel yang di pengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan tamu (Y).

Table 2.1  
Variabel dan Indikator Variabel

No	Variabel	Kode	Indikator	Kode
1	<i>Tangible</i> (bukti langsung)	X <sub>1</sub>	a. Penataan kamar	X <sub>1.1</sub>
			b. Penataan Terhadap Taman	X <sub>1.2</sub>
			c. Penampilan Karyawan	X <sub>1.3</sub>
			d. Penataan Lobby	X <sub>1.4</sub>
			e. Tampilan Web	X <sub>1.5</sub>
2	<i>Reliability</i> (keandalan)	X <sub>2</sub>	a. Kemampuan Layanan	X <sub>2.1</sub>
			b. Kemampuan Berkomunikasi	X <sub>2.2</sub>
3	<i>Responsiviness</i> (ketanggapan)	X <sub>3</sub>	a. Ketepatan Layanan	X <sub>3.1</sub>
			b. Kecepatan Layanan	X <sub>3.2</sub>
			c. Kesediaan Melayani	X <sub>3.3</sub>
4	<i>Assurance</i> (jaminan)	X <sub>4</sub>	a. Keamanan Kamar	X <sub>4.1</sub>
			b. <i>Hygiene</i> makanan dan minuman	X <sub>4.2</sub>
5	<i>Empathy</i> (kepedulian)	X <sub>5</sub>	a. Kepedulian kepada tamu	X <sub>5.1</sub>
			b. Kesigapan melayani tamu	X <sub>5.2</sub>
6	Kepuasan Tamu	Y	a. Kepuasan Tamu Keseluruhan	y <sub>1</sub>
			b. Loyalitas Pelanggan	y <sub>2</sub>
			c. Kenyamanan Tamu yang Menginap	y <sub>3</sub>

Sumber: Ciptono (2005:131)

Gambar 2.1  
Kerangka Pemikiran



Sumber : Data diolah

Seluruh proses analisis data menggunakan penghitungan computer SPSS (*Statistikal Package for Social Sciene*) 17for windows. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu di Patra Jasa Bali Resort & Villas adalah regresi linier berganda, sedangkan untuk mengetahui kuat tidaknya



hubungan variabel menggunakan korelasi berganda dan untuk menguji hipotesa digunakan t-test.

**Tabel 3.1**  
**Hasil analisis Kualitas Pelayanan**  
**Terhadap Kepuasan Tamu**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.426	.770		.553	.582		
Tangible	.135	.053	.219	2.534	.013	.490	2.042
Reliability	.276	.106	.215	2.611	.011	.539	1.856
Responsiveness	.178	.083	.191	2.153	.034	.464	2.157
Assurance	.325	.123	.221	2.637	.010	.523	1.912
Empathy	.240	.114	.169	2.102	.038	.568	1.759

Sumber: lampiran 3

Berdasarkan tabel 3.1 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,426 + 0,135 X_1 + 0,276 X_2 + 0,178 X_3 + 0,325 X_4 + 0,240 X_5$$

Persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

$\alpha = 0,426$  artinya bahwa apabila nilai variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sama dengan nol atau tidak mengalami perubahan maka kepuasan tamu akan memiliki nilai sebesar 0,426.

$b_1 = 0,135$  artinya setiap peningkatan pada variabel bukti langsung ( $X_1$ ) di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas maka setiap penambahan bukti langsung ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan akan diiringi oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,135 dengan asumsi bahwa kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.

$b_2 = 0,276$  artinya setiap peningkatan pada variabel kehandalan ( $X_2$ ) di maka setiap penambahan kehandalan ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan akan diiringi oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,276 dengan asumsi bahwa daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_6$ ) dan bukti langsung ( $X_1$ ) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.

$b_3 = 0,178$  artinya setiap peningkatan pada variabel daya tanggap ( $X_3$ ) di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas maka setiap penambahan daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar 1 satuan akan diiringi oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,178 dengan asumsi bahwa bukti langsung ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.

$b_4 = 0,325$  artinya setiap peningkatan pada variabel jaminan ( $X_4$ ) di Patra Jasa Bali Resort & Villas maka setiap penambahan jaminan ( $X_4$ ) sebesar 1 satuan akan diiringi oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,325 dengan asumsi bahwa bukti langsung ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ) dan empati ( $X_5$ ) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.

$b_5 = 0,240$  artinya setiap peningkatan pada variabel empati ( $X_5$ ) di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas maka setiap penambahan empati ( $X_5$ ) sebesar 1 satuan akan diiringi oleh peningkatan kepuasan tamu sebesar 0,151 dengan asumsi bahwa bukti langsung ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan kualitas Empathy ( $X_6$ ) sama dengan konstan atau tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan tamu.

#### **Analisis Determinasi**

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui atau menentukan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu yang dinyatakan dalam persentase. Hasil uji determinasi diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,656 sehingga dihitung dengan rumus determinasi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} D &= 0,656 \times 100\% \\ &= 65,6\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan analisis determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 65,6% artinya kontribusi pengaruh variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan tamu sebesar 65,5% sedangkan sisanya sebesar 34,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### **4. Simpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu yang menginap di Hotel Patra Jasa Bali Resort & Villas. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitiannya sebagai berikut: Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara tangible terhadap kepuasan tamu dengan nilai  $t_{hitung} 2,534 > t_{tabel} 2,000$ , Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara reliability terhadap kepuasan tamu dengan nilai  $t_{hitung} 2,611 > t_{tabel} 2,000$ , Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara responsiveness terhadap kepuasan tamu dengan nilai  $t_{hitung} 2,153 > t_{tabel} 2,000$ , Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara assurance terhadap kepuasan tamu dengan nilai  $t_{hitung} 2,637 > t_{tabel} 2,000$ , Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara empathy terhadap kepuasan tamu dengan nilai  $t_{hitung} 2,102 > t_{tabel} 2,000$ , Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan tamu pada berdasarkan hasil uji  $f = 35,809 > f_{tabel} 2,25$ .

### **Pustaka Acuan**

- Afrizawati, 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang". Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke VII Mei 2012
- Agustini, 2011. "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Di Kunyit Bali Restaurant Pada Hotel Santika Premiere Beach Resort Bali".
- Dorothea Wahu Ariani, 2004. *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*. Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Handoko, Dr. T. Hani, . 2008. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ratminto, dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Utama, Rai & Mahadewi., 2014, *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.