

Dimensi Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Perhotelan di Purwodadi Kabupaten Grobogan

Hidup Marsudi ^{(1)*}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti Surakarta

Email: hidup.marsudi@stie-atmabhakti.ac.id

Wening Nalurita⁽²⁾

Indonesia Akademi Pelayaran Nasional Surakarta

Email: ningnaluri23@gmail.com

Abstract

This study was conducted to determine the dimensions of service quality, namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and care that affect customer satisfaction at the gift hotel Purwodadi and analyze the most dominant factors in influencing customer satisfaction. The processing of data obtained from data collection of questionnaires distributed to 80 respondents.

The data analysis technique used a questionnaire which was then measured with a linkert scale. Based on the research, the regression equation was obtained as follows: $Y = 5.722 + 0.025X_1 + 0.039X_2 + 0.313X_3 + 0.455X_4 + 0.272X_5 + e$ Based on statistical data analysis, all indicators are valid and the variables are reliable. In the classical assumption test, the regression model is free of multicollinearity and there is no heteroscedasticity and is normally distributed. In order for each individual the most dominant variable is the assurance variable with a regression coefficient of 0.455, then the responsiveness is 0.313, the concern is 0.272, the reliability is 0.039 and the lowest is the physical evidence 0.025. The bounty hotel needs to improve the elements that are still lacking and maintain the things that have been rated well by customers.

Keywords: service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor penting dalam mendukung perkembangan pariwisata dan ekonomi lokal. Di tengah persaingan yang semakin ketat, hotel dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan menarik pelanggan. Saat ini sedang berkembang di wilayah Kabupaten Grobogan adalah Perhotelan. Perhotelan ini menjadi pilihan bagi wisatawan dan pelaku perjalanan bisnis karena lokasinya yang mudah dijangkau. Namun, untuk mempertahankan eksistensinya, bisnis perhotelan perlu mengetahui faktor-faktor pelayanan apa saja yang benar-benar mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama keberhasilan dalam industri jasa, termasuk perhotelan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan kembali menggunakan jasa hotel dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas bisa menyebarkan pengalaman buruknya melalui berbagai saluran, termasuk media sosial. Oleh karena itu, memahami dimensi kualitas pelayanan yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan sangat penting. Perhotelan di Purwodadi harus mampu mengidentifikasi aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mencapai loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama menurut model SERVQUAL, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Kelima dimensi ini dianggap mampu menggambarkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima.

Setiap dimensi memiliki peran yang berbeda dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam konteks Perhotelan di Purwodadi, penting untuk menganalisis seberapa besar pengaruh masing-masing dimensi tersebut terhadap tingkat kepuasan pengunjung hotel.

Bukti fisik atau tangibles mencakup fasilitas, kebersihan, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan hotel. Pelanggan sering menilai kualitas pelayanan dari kesan visual pertama yang mereka terima. Jika lingkungan fisik hotel tidak mendukung, hal tersebut dapat menurunkan persepsi positif terhadap pelayanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, perlu ditelaah apakah dimensi ini menjadi aspek dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Perhotelan di Purwodadi, mengingat pentingnya kesan pertama dalam dunia jasa.

Dimensi reliability berkaitan dengan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan yang akurat dan sesuai janji. Pelanggan menilai apakah proses check-in/check-out berjalan lancar, permintaan ditanggapi dengan benar, dan layanan diberikan secara konsisten. Apabila hotel sering melakukan kesalahan atau keterlambatan dalam pelayanan, maka hal ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan. Penelitian ini akan menggali sejauh mana keandalan layanan di Hotel Karunia mempengaruhi kepuasan pelanggannya.

Responsiveness atau ketanggapan mencerminkan kecepatan dan kesiapan staf dalam menanggapi permintaan dan keluhan pelanggan. Dalam bisnis hotel, respon cepat menjadi salah satu kunci utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jika karyawan hotel tidak responsif, maka pelanggan akan merasa diabaikan. Oleh karena itu, sangat penting bagi manajemen Hotel Karunia untuk mengevaluasi apakah ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan sudah sesuai harapan pelanggan atau masih perlu perbaikan.

Dimensi assurance berhubungan dengan kompetensi, kesopanan, dan kemampuan staf hotel dalam memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan. Pelanggan ingin merasa bahwa mereka berada di tangan yang tepat saat menginap. Jika staf hotel memiliki sikap profesional dan mampu menjelaskan informasi dengan baik, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Di Perhotelan di Purwodadi, perlu dikaji bagaimana jaminan pelayanan ini dirasakan oleh pelanggan, apakah sudah memenuhi ekspektasi atau masih perlu ditingkatkan.

Terakhir, dimensi empathy mencakup perhatian pribadi dan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan. Hotel yang mampu memperlakukan tamu secara personal dan penuh perhatian cenderung mendapatkan nilai kepuasan lebih tinggi. Sikap ramah, komunikasi yang baik, serta pemahaman terhadap preferensi tamu dapat menjadi pembeda dalam pelayanan. Dalam penelitian ini, penting untuk mengetahui seberapa besar empati dari staf Hotel Karunia terhadap tamu-tamunya mempengaruhi kepuasan mereka selama menginap.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, namun setiap hotel memiliki karakteristik pelanggan dan strategi layanan yang berbeda. Penelitian ini menjadi penting karena fokus pada Perhotelan di Purwodadi yang beroperasi dalam konteks lokal, dengan potensi dan tantangan tersendiri. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai aspek pelayanan apa saja yang menjadi prioritas pengembangan demi meningkatkan kepuasan pelanggan hotel tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perhotelan di Purwodadi. Dengan memahami preferensi dan persepsi

pelanggan secara lebih mendalam, manajemen hotel dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan mutu layanan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi perhotelan serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen jasa, khususnya dalam bidang perhotelan di daerah.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian pustaka merupakan landasan teoritis yang relevan dengan topik penelitian. Berikut adalah uraian singkatnya

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama:

- a. Tangibles: bukti fisik seperti fasilitas, perlengkapan, dan penampilan karyawan.
- b. Reliability: kemampuan memberikan layanan secara tepat dan dapat dipercaya.
- c. Responsiveness: kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
- d. Assurance: pengetahuan dan kesopanan staf, serta kemampuan membangun kepercayaan.
- e. Empathy: perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan.

Tangible berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Kotler, dalam Tjiptono (2016) daya tanggap adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Parasuraman (dalam Ramdan dan Nugroho (2016) terdapat empat atribut dalam daya tanggap yaitu:

- a. Interior yang menarik
- b. Kebersihan perusahaan
- c. Fasilitas lengkap
- d. Karyawan berpenampilan rapi

Reliability berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2016) reliabilitas adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Parasuraman dalam Ramdan dan Nugroho (2016) terdapat 3 atribut dalam reliabilitas yaitu:

- a. Layanan sesuai prosedur
- b. Layanan berkenan dihati pelanggan
- c. Pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan

Responsiveness berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu jasa pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Kotler, dalam Nugroho (2016) *responsiveness* adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Parasuraman dalam Ramdan dan Nugroho (2016) terdapat tiga atribut dalam daya tanggap yaitu:

- a. Tanggap terhadap keluhan pelanggan
- b. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah
- c. Karyawan bersedia membantu pelanggan

Assurance yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan, atau masalah pelanggan. Kotler, dalam Nugroho (2016) jaminan adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan-santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi kemampuan dalam memberi pelayanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Parasuraman dalam Ramdan dan Nugroho (2016) terdapat tiga atribut dalam jaminan yaitu:

- a. Ramah dalam melayani pelanggan
- b. Karyawan memiliki pengetahuan tentang jasa yang ditawarkan
- c. Menjamin keamanan pelanggan

Empathy berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki operasi yang nyaman. Kotler, dalam Nugroho (2016) empathy adalah syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Pasuraman dalam Ramdan dan Nugroho (2016) terdapat tiga atribut dalam Emphaty yaitu:

- a. Komunikasi yang baik terhadap pelanggan
- b. Mengetahui keinginan pelanggan
- c. Tersedia layanan keluhan pelanggan

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan pelayanan yang diterima (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan berperan penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkan citra perusahaan, serta menciptakan keunggulan kompetitif

Kepuasan pelanggan sendiri tidak mudah didefinisikan. Ada berbagai macam pengertian yang diberikan oleh para pakar. Engel, et al (1992) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multidimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis, dan interpersonal serta hasil akhir.

Kotler (1997), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk barang atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Tingkat kepuasan amat subjektif dimana ukuran kepuasan satu pelanggan dengan pelanggan lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan di kalangan pelanggan.

Kotler (2000) ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*).

- b. Survei kepuasan pelanggan

Sekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

Tjiptono (2006) pengukuran kepuasan pelanggan dengan survei ini dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain :

- 1) *Directly reported satisfaction* Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- 2) *Derived dissatisfaction* Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasa

- 3) Problem analysis Pelanggan yang dijadikan responden diminta mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- 4) Importance-performance analysis Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (atribut) tersebut.
- 5) *Ghost Shopping* Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang dari perusahaan (*Ghost Shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *Ghost Shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.
- 6) Analisa pelanggan yang hilang Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab kepindahan pelanggan ke perusahaan pesaing.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri jasa, termasuk perhotelan. Kualitas pelayanan merujuk pada persepsi pelanggan tentang seberapa baik sebuah perusahaan atau organisasi dalam memberikan layanan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan, di sisi lain, dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan antara harapan mereka terhadap pelayanan yang diterima.

Berbagai studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan mereka merasa puas terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan jasa seperti hotel untuk memahami dan meningkatkan aspek-aspek pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan.

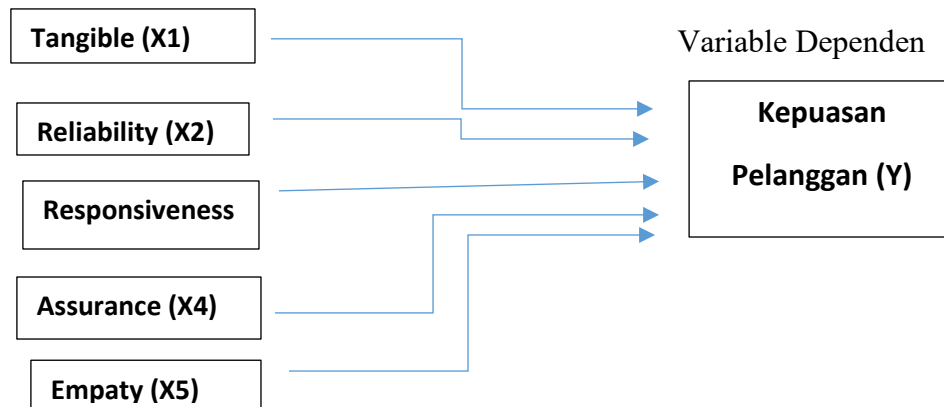
Kualitas pelayanan menciptakan ekspektasi bagi pelanggan, dan **kepuasan pelanggan** terjadi ketika pengalaman nyata sesuai dengan atau lebih baik daripada ekspektasi tersebut. Sebagai contoh, jika hotel memberikan layanan yang cepat, ramah, dan profesional (responsiveness dan assurance), serta fasilitas yang nyaman dan bersih (tangibles), pelanggan akan merasa puas dan cenderung loyal.

Berdasarkan penelitian-penelitian terbaru, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Semua dimensi kualitas pelayanan—baik itu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, maupun empati—berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan tinggi, pelanggan akan merasa puas, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kemungkinan untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Kerangka Berpikir

Bagan Hubungan Variable Independen (Dimensi Kualitas layanan dengan Variable Dependen Kepuasan Pelanggan

Variable Independen
Dimensi Kualitas pelayanan



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Penjelasan:

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang digambarkan dalam kerangka pemikiran ini saling berhubungan dan berpotensi mempengaruhi **kepuasan pelanggan**.

Hubungan positif antar dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan juga diperkuat dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas di setiap dimensi (baik fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh tangible terhadap kepuasan pelanggan
Chen, S. & Tsai, M. (2018). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas fisik dan penampilan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri perhotelan.
H1a: Dimensi **Tangibles** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Pelanggan
Park, J., & Kim, S. (2019), Studi ini menyoroti bahwa kemampuan hotel dalam menyediakan layanan yang dapat diandalkan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.
H1b: Dimensi **Reliability** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan.
Hsieh, Y. (2020). Penelitian ini mengonfirmasi bahwa respons cepat terhadap permintaan pelanggan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.
H1c: Dimensi **Responsiveness** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan
Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2020). Penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat ketika staf hotel menunjukkan kompetensi dan profesionalisme yang tinggi.
H1d: Dimensi **Assurance** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
5. Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan
Dedeoğlu, B. B., & Tek, S. (2020). Penelitian ini menunjukkan bahwa empati dalam pelayanan (memahami kebutuhan individu pelanggan) berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan dalam sektor perhotelan.
H1e: Dimensi **Empathy** berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah orang – orang yang pernah menggunakan layanan jasa penginapan Perhotelan di Purwodadi. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 pelanggan yang menginap di Perhotelan di Purwodadi Kabupaten Grobogan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan di Perhotelan di Purwodadi. Sehingga untuk menentukan jumlah sampel Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode Slovin. Rumus yang digunakan dalam metode slovin (Riduan, 2005).

Rumus Slovin (Riduan, 2005)

$$n = N / \sqrt{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

D : nilai presisi/tingkat kepercayaan 5% atau sig = 0,05

Dimana :

D1 = n : jumlah sampel

N : 100

d2 : 0,5 = 0,0025

D2 = jumlah sampel ?

D3 = n : $N / \sqrt{N(d)^2 + 1}$

n : $100 / \sqrt{100 \cdot 0,0025 + 1}$

n : 100 / 1,25

n : 80 (jumlah sampel)

c. Definisi Operasional Variabel

1) Variabel dependen

Sugiyono (2015) “variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah Keputusan tamu hotel (Y).

2) Variabel independen

Sugiyono (2015) “variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- a) Tangible (X1)
- b) Reliability (X2)
- c) Responsiveness (X3)
- d) Assurance (X4)
- e) Emphaty (X5)

Definisi operasional variabel artinya suatu definisi mengenai variable yang dirumuskan berdasarkan ciri karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997). Untuk gambaran yang lebih jelas, maka perlu diberikan definisi mengenai variabel-variabelnya sebagai berikut :

1) Tangible (X1)

Tangible dalam penelitian ini di definisikan sebagai kebutuhan pelanggan yang berfokus pada bukti fisik seperti gedung, ruangan, sarana komunikasi, kelengkapan peralatan, dan penampilan karyawan. Indikator-indikator tangible sebagai berikut:

- a) Bangunan dan interior yang menarik
- b) Kebersihan dan kenyamanan
- c) Kelengkapan fasilitas
- d) Kebersihan dan kerapian karyawan

2) Reliability(X2)

Reliability dalam penelitian ini di definisikan untuk memberikan jasa atau pelayanan yang di janjikan sebagai mana mestinya secara akurat dan terpercaya. Indikator-indikator reliability sebagai berikut:

- a) Kecepatan resepsionis
- b) Informasi pelayanan terhadap tamu tidak berbelit-belit
- c) Pelayanan yang memuaskan

3) Responsiveness(X3)

Responsiveness dalam penelitian ini di definisikan sebagai kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Indikatornya adalah:

- a) Tanggap terhadap keluhan pelanggan
- b) Kesiediaan karyawan membantu tamu
- c) Kecepatan dalam menyelesaikan masalah

4) Assurance (X4)

Assurance dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Indikatornya-indikator assurance sebagai berikut:

- a) Pengetahuan yang luas
- b) Keramahan melayani tamu
- c) Keamanan pelanggan atau tamu terjamin

5) Empaty(X5)

Empaty dalam penelitian ini di definisikan sebagai kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Lupiyoadi(2006), pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi, termasuk berupaya memahami keinginan pelanggan adalah termasuk dalam empathy. Indikator-indikator empathy sebagai berikut:

- a) Layanan 24 jam
- b) Mampu berkomunikasi dengan baik
- c) Mengetahui keinginan tamu

6) Kepuasan(Y)

Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2008) menyatakan “kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”. Indikatornya adalah: Prosedur pelayanan, Persyaratan pelayanan, Kejelasan petugas pelayanan, Kedisiplinan petugas pelayanan, Tanggung jawab petugas pelayanan, Keadilan dan mendapatkan pelayanan. (Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara) Nomor: KEP/25/M.PAN/2/2004.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linier

Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, berikut hasilnya:

Tabel 1.8
coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,722	2,196		2,605	0,011
Bukti Fisik	0,025	0,126	0,020	0,197	0,845
Kehandalan	0,039	0,128	0,032	0,305	0,762
Daya Tanggap	0,313	0,130	0,246	2,410	0,018
Jaminan	0,455	0,114	0,400	3,993	0,000
Kepedulian	0,272	0,135	0,195	2,012	0,048

Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

- a. Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 5,722 + 0,025X_1 + 0,039X_2 + 0,313X_3 + 0,455X_4 + 0,272X_5 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas diketahui nilai konstanta adalah 5,722 menunjukan bahwa jika nilai variabel X (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅) sama dengan nol maka diperkirakan nilai kualitas pelayanan 5,722.

Interpresentasinya:

Nilai b₀ adalah sebesar 5,722 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum di pengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel bukti fisik (X₁), kehandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), kepedulian (X₅), jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan dengan koefisien 5,722.

- 1) b₁ (nilai koefisien regresi X₁) sebesar 0,025 menunjukan bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, berarti setiap peningkatan variabel X₁ dengan koefisien 0,025 maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,025 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 2) b₂ (nilai koefisien regresi X₂) sebesar 0,039 menunjukan bahwa variabel kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, berarti setiap peningkatan variabel X₂ dengan koefisien 0,039 maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,039 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) b₃ (nilai koefisien regresi X₃) sebesar 0,313 menunjukan bahwa variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, berarti setiap peningkatan variabel X₃ dengan koefisien 0,313 maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,313 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 4) b₄ (nilai koefisien regresi X₄) sebesar 0,455 menunjukan bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, berarti setiap peningkatan variabel X₄ dengan koefisien 0,455 maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,455 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 5) b₅ (nilai koefisien regresi X₅) sebesar 0,272 menunjukan bahwa variabel X₅ mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, berarti setiap peningkatan variabel X₅ dengan koefisien 0,272 maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,272 dengan asumsi variabel lain tetap.

2. Uji Hepotesis

a. Uji t (parsial)

- 1) Jika nilai sig. < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- 2) Jika nilai sig. > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$T \text{ tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 74) = 1,995$$

a) Pengujian hipotesis 1

Tabel 1.8 coefficients diatas diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1(bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,845 > 0,05 dan nilai t hitung 0,197 < 1,995 t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

b) Pengujian hipotesis 2

Tabel 1.8 coefficients di atas diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,762 > 0,05 dan nilai t hitung 0,305 < 1,1,995 t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

c) Pengujian hipotesis 3

Tabel 1.8 coefficients di atas diketahui nilai sig. untuk pengaruh X3 (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,018 < 0,05 dan nilai t hitung 2,410 > 1,995 t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

d) Pengujian hipotesis 4

Tabel 1.8 coefficients di atas menunjukkan nilai sig. untuk pengaruh X4 (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 3,993 > 1,995 t tabel sehingga dapat disimpulkan H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

e) Pengujian hipotesis 5

Tabel 1.8 coefficients di atas menunjukkan nilai sig. untuk pengaruh X5 (kepedulian) terhadap kepuasan knsumen adalah sebesar 0,048 < 0,05 dan nilai t hitung 2,012 > 1,995 t tabel sehingga dapat di simpulkan H5 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan variabel kepedulian terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian terhadap kepuasan pelanggan di Perhotelan di Purwodadi. Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil dari kualitas pelayanan yang dilakukan oleh hotel karunia cukup memuaskan, hasil analisis deskriptif menunjukkan kualitas pelayanan pada hotel karunia secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa lima dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau tamu di hotel karunia, hal ini dikarenakan dengan pemberian kualitas pelayanan yang berkualitas akan menciptakan kepuasan terhadap pelanggan. Berikut adalah uraian variabel dalam penelitian:

a. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis variabel X1 (bukti fisik) di peroleh t hitung 0,197 dengan nilai signifikansi 0,854. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel 1,995, maka secara statistik tidak terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia. Dengan kata

lain dapat di nyatakan bahwa bukti fisik tidak mempunyai pngaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abdul basit dan Rizky handayani (2018) yang mengatakan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hal tersebut tidak mendukung penelitian yang di lakukan oleh Andi aksa dinata (2018) yang menyebutkan bukti fisik mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang mengatakan “bukti fisik tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia” terbukti dan di terima.

b. Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis variabel X2 (kehandalan) diperoleh t hitung 0,305 dengan nilai signifikansi 0,762. Karena t hitung lebih kecil dar t tabel 1,995, maka secara statistik tidak terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa kehandalan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abdul basit dan Rizky handayani (2018) yang mengatakan bahwa kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hal tersebut tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Resti Yulistria, Dicki Prayudi, Eka Putri Handayani(2020) yang menyatakan kehandalan mempunyai pengaruh positif yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang mengatakan “kehandalan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan” terbukti dan diterima.

c. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis variabel X3 (daya tanggap) diperoleh t hitung 2,410 dengan signifikansi 0,018. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 1,995, maka secara statistik terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa daya tanggap mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Andi aksa dinata (2018) yang menyatakan daya tanggap mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Abdul basit dan Rizky handayani yang mengatakan tidak terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang mengatakan “daya tanggap mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan” terbukti dan diterima.

d. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia.

Hasil analisis variabel X4 (jaminan) diperoleh t hitung 3,993 dengan signifikansi 0,000. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 1,995, maka secara statistik terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia. Dengan kata lain jaminan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Resti Yulistria, Dicki Prayudi, Eka Putri Handayani(2020) yang menyatakan jaminan mempunyai pengaruh positif yang signifikan. Berbeda dengan penelitian oleh Abdul basit dan Rizky handayani yang mengatakan tidak terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang mengatakan “jaminan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan” terbukti dan diterima.

e. Pengaruh kepedulian terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia.

Hasil analisis X5 (kepedulian) diperoleh t hitung sebesar 2,012 dengan signifikansi 0,048. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 1,995, maka secara statistik terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel karunia. Dengan kata lain kepedulian mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung pennelitian yang dilakukan oleh andi aksa dinata (2018) yang menyatakan kepedulian mempunyai pengaruh positif yang signifikan. Berbeda dengan penelitian oleh Abdul basit dan Rizky handayani yang mengatakan tidak terdapat pengaruh

jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima yang mengatakan "kepedulian mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan" terbukti dan diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian terhadap kepuasan tamu di Perhotelan di Purwodadi dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
5. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kepedulian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
6. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Rekomendasi

1. Praktis
 - a. Dalam kaitanya dengan bukti fisik perlu di tingkatkan lagi dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan.
 - b. Dalam kaitanya dengan kehandalan perlu diperhatikan dan ditingkatkan kembali, dengan adanya pengarahan dan masukan agar memotivasi karyawan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan ada pengembangan variabel-variabel lain dalam dimensi kualitas layanan sebagai variabel independen, atau menambah indikator-indikator lain agar lebih melengkapi penelitian ini, karena masih banyak variabel independen lain yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Variabel kepuasan pelanggan juga dapat dikembangkan menjadi variabel independen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Daftar Pustaka

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basit, Rizky Handayani, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Hotel Tangerang.
- Andi Adi Aksa Dinata, 2018. Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Pantai Gapura Makassar
- Chen, S. & Tsai, M. (2018). *The Influence of Tangibles on Customer Satisfaction in the Hotel Industry: Evidence from Taiwan*. Journal of Hospitality Marketing & Management, 27(2), 196-213
- Destiana Baetie 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara.
- Dedeoğlu, B. B., & Tek, S. (2020). *Empathy as a Service Quality Dimension: Impact on Customer Satisfaction in Hospitality Industry*. Journal of Tourism and Hospitality Research, 41(7), 950-961.

- Dube, L., & Renaghan, L. (2016). *The Role of Service Quality in Achieving Customer Satisfaction in Hospitality*. International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 17(4), 367-382.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction* (cetakan ketiga). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goetsch, D.L. & Davis, S. 2010. *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. NJ: Printice Hall International, Inc.
- Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2020). *The Role of Assurance in Customer Satisfaction: Evidence from Greece's Hospitality Sector*. Journal of Hospitality and Tourism Research, 44(6), 1042-1061.
- Hsieh, Y. (2020). *Service Responsiveness and Customer Satisfaction: Evidence from the Hospitality Industry in Asia*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32(3), 985-1002
- Jang, S. & Kim, J. (2020). *Exploring the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in Hotels*. International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 21(2), 135-150.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*, Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Milenium). Jakarta: PT Prenhalindo.
- Lewis & Booms (Tjiptono, 2012) definisi sederhana kualitas pelayanan
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing,
- Park, J., & Kim, S. (2019). *Reliability and Its Impact on Customer Satisfaction in Hospitality*. International Journal of Hospitality Management, 79, 102-110.
- ambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011)
- Resti Yulistria, Dicki Prayudi, Eka Putri Handayani 2020, berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Santika Sukabumi.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset