
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN NON KONVENSIONAL TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDAPATAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(Studi Kasus Pada Hotel Kusuma Sahid di Surakarta)**

Sri Wijiastuti¹

Universitas Tunas Pembangunan

ABSTRACT

The purpose of this study are (1) Knowing the implementation of non conventional marketing mix of Sahid Kusuma Hotel services consisting of service personnel, physical infrastructure, the service process. (2) Analyze the influence of non-conventional marketing mix of Sahid Kusuma Hotel service consisting of service personnel, physical infrastructure, and service process, to customer satisfaction. (3) Knowing the influence the consumer's income as a moderating variable to customer satisfaction. The types of data used in this study are drawn from primary data customers of Sahid Kusuma Hotel. The samples taken are 100 from populations. The results of analysis using hierarchical regression analysis techniques found that the care workers have a significant positive impact on customer satisfaction; Physical infrastructure has a significant positive impact on customer satisfaction; Service process has a significant positive impact on customer satisfaction; Interaction service representatives and service processes with a variable income as moderating effect of consumers not influential to customer satisfaction, and the consumer's income as a moderating effect strengthens the influence of physical infrastructure on the level of customer satisfaction of Sahid Kusuma Hotel.

Keywords: personnel services, physical infrastructure, the service process, revenue and customer satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran *non konvensional* jasa hotel Kusuma Sahid yang terdiri dari petugas pelayanan, prasarana fisik, proses pelayanan. (2) Menganalisa pengaruh bauran pemasaran *non konvensional* jasa hotel Kusuma Sahid yang terdiri dari petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan. (3) Mengetahui pengaruh pendapatan konsumen sebagai variabel pemoderasi terhadap kepuasan pelanggan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dari pelanggan hotel Kusuma Sahid. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dari populasi. Hasil analisis menggunakan teknik analisis regresi hirarki ditemukan bahwa adanya petugas pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan

¹ Penulis adalah Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

pelanggan; prasarana fisik mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; proses pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; interaksi petugas pelayanan dan proses pelayanan dengan adanya variabel pendapatan konsumen sebagai *moderating effect* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; dan adanya pendapatan konsumen sebagai *moderating effect* memperkuat pengaruh prasarana fisik terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

Kata kunci : petugas pelayanan, prasarana fisik, proses pelayanan, pendapatan dan kepuasan pelanggan.

Pada saat ini perekonomian negara kita sedang berada dalam keadaan krisis yang tidak menentu. Krisis ini dimulai tahun 1998 sampai sekarang, kapan krisis ini akan berakhir tidak diketahui, yang jelas negara kita sekarang sedang berusaha melakukan pemulihan (*recovery*) disegala bidang kehidupan (Faisal, 2008).

Pariwisata adalah salah satu bagian dari kegiatan perekonomian negara kita yang menjadi andalan penghasil devisa yang tak kalah peranan pentingnya seperti halnya ekspor non migas dan migas. Di samping itu kepariwisataan memberikan kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD), serta memberikan kehidupan kepada masyarakat disekitar tempat objek wisata.

Salah satu unsur kegiatan di bidang kepariwisataan adalah industri jasa perhotelan. Hotel menjual jasa berupa penyediaan kamar tempat menginap/ istirahat, menyediakan makanan dan minuman serta memberikan pelayanan. Di kota budaya Surakarta telah ada industri perhotelan yang menjadi andalan Penghasilan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta, serta memberikan sumber kehidupan dan lapangan kerja bagi masyarakat sekitarnya, disamping turut membantu penghasil devisa bagi negara. Namun disisilan akhir-akhir ini terdapat rata-rata penurunan tingkat hunian kamar hotel (*occupancy rate*) yang ada di Surakarta, sebagaimana yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Tingkat Hunian Kamar Hotel di Kota Surakarta

Tahun	2004	2005	2006	2007	2008
Persentase (%) Rata-rata Tingkat Hunian Kamar Hotel	40.56	37.04	30.88	37.81	35.24

Sumber : BPS, 2009.

Berdasarkan Tabel 1 di atas tampak bahwa rata-rata tingkat hunian kamar hotel di kota Surakarta mengalami penurunan yang cukup berarti dari Tahun 2004 sekitar

40,56% menjadi 35,24% pada Tahun 2008. Berdasarkan sumber lain, yaitu informasi yang diperoleh dari beberapa Hotel di wilayah Surakarta, bahwa selama 3 (tiga) tahun terakhir ini rata-rata tingkat hunian hotel (*occupancy rate*) berada di bawah 60%, terutama hotel-hotel yang berbintang di sekitar kawasan Surakarta, seperti hotel Sahid, Hotel Novotel, dan hotel Quality padahal target minimal yang ditentukan adalah 80%

Rendahnya tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) diduga merupakan indikator ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan kepada mereka, sebagaimana yang dikemukakan oleh Heskett *et al.*, (1997 ; 19) dalam “*the service profit chain*” bahwa kepuasan konsumen akan menjadi faktor penentu tercapainya tujuan pemasaran yang meliputi pertumbuhan pendapatan (*revenue growth*) dan profitabilitas.

Tjiptono (2005:54) mengungkapkan bahwa “Kualitas jasa yang baik akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan, hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selanjutnya ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan seksama keinginan serta kebutuhan konsumen, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen”. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas jasanya, atau bahkan memberikan pelayanan yang melebihi harapan dan keinginan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi pelayanan apa saja yang dianggap paling penting oleh konsumen sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi, khususnya pada perusahaan yang bergerak dalam bisnis bidang perhotelan dan penelitian ini mengambil Hotel Kusuma Sahid sebagai obyek dengan alasan bahwa Hotel Kusuma Sahid merupakan hotel yang tertua di kota Surakarta. Dalam hal ini menarik bagi peneliti untuk mengadakan penelitian pada Hotel Kusuma Sahid Surakarta khususnya mengenai jasa pelayanan perhotelan pada masa sekarang dengan adanya kompetisi persaingan yang sangat ketat terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini dikemukakan permasalahan pokok sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara bauran pemasaran *non konvensional* yang terdiri dari petugas pelayanan, prasarana fisik, proses pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah pendapatan konsumen memperkuat pengaruh petugas pelayanan, prasarana fisik, proses pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?

TELAAH PUSTAKA

Pengembangan Hipotesis

Ardiyanto (2006) dalam penelitiannya yang berjudul Pengukuran Kesenjangan Harapan Pelanggan dan Kinerja Jasa Perawatan Peralatan EPT-X Pertamina Unit Pengolahan III di Plaju menemukan bahwa agar tetap mempertahankan: pelanggan mudah memperoleh layanan jasa; membina pekerja agar memiliki *attitude* yang baik; memberikan pelatihan bagi pekerja sesuai dengan penugasannya; selalu menggunakan perkakas kerja yang baik agar efisien dan efektif. Untuk dapat memasuki pasar global PT - X tidak cukup hanya melakukan 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) tetapi perlu ditambahkan 3P (*People, Physical evidence, Process*) karena bisnis PT - X meliputi barang dan jasa. Hal ini sama dengan temuan yang dilakukan oleh Ruyter dan Bloemer (1999) dan Hallowell (1998) yang menyatakan petugas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis dan temuan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H₁ : Petugas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

Stefanus (2008) dalam penelitiannya menemukan bahwa secara teoritis ada hubungan yang signifikan antara fasilitas yang disediakan yang dapat memuaskan konsumen dengan keputusan mereka untuk membeli lagi produk tersebut”.

Analisis hasil berdasarkan Analisis Kepentingan Konsumen-Kinerja Perusahaan, menunjukkan bahwa atribut kualitas jasa khususnya untuk Variabel Bukti Fisik (X5) terletak pada Kuadran A untuk atribut kebersihan, kerapian dan penataan ruangan/fasilitas maupun tersedianya sarana pendukung. Di mana memberi makna bahwa atribut kebersihan, kerapian dan penataan ruangan/fasilitas maupun tersedianya sarana pendukung sangat diharapkan oleh konsumen untuk diperhatikan pihak perusahaan. Sebaliknya kualitas jasa terhadap atribut tersebut yang dirasakan konsumen kurang memuaskan, di mana pihak perusahaan tidak memperhatikan atribut kebersihan, kerapian dan penataan ruangan/fasilitas maupun tersedianya sarana pendukung walaupun pada dasarnya sangat diharapkan konsumen. Hal ini sama dengan temuan

yang dilakukan oleh Stefanus (2008) dan Kandampuli dan Suharto (2000) yang menyatakan prasarana fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis dan temuan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Prasarana fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

Engkoswara dan Nandan Limakrisna (2005) dari hasil penelitian di lapangan diperoleh bahwa semua unsur bauran pemasaran *non konvensional* berpengaruh secara positif dan berarti terhadap kepuasan pelanggan, tetapi ternyata sub variabel bauran pemasaran *non konvensional* mengenai petugas pelayanan/ SDM memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan pengunjung dari pada prasarana fisik dan proses pelayanan, sehingga pihak hotel harus memberikan prioritas perhatian yang paling tinggi terhadap petugas pelayanan. Hal ini sama dengan temuan yang dilakukan oleh Engkoswara dan Limakrisna (2005) dan Baydoun *et al.*, (2001) yang menyatakan proses pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis dan temuan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H₃ : Proses pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

Viskal dan Kamakura (2001) dalam penelitiannya menemukan bahwa konsumen dengan karakteristik yang berbeda memiliki awal kesetiaan terhadap produk yang berbeda dan sebagai akibatnya kemungkinan pembelian ulang juga berbeda. Perilaku pembelian kembali kurang sensitif terhadap perubahan dalam hal tingkat kepuasan untuk beberapa kelompok pelanggan dibandingkan dengan kelompok yang lain. Hal ini sama dengan temuan yang dilakukan oleh Zethaml *et al.*, (2003) dan Claesforneel *et al.*, (2010) berpendapat bahwa pendapatan konsumen tidak berpengaruh terhadap petugas pelayanan dan tapi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Li-Wei Mai, Mitchell R. Ness (2006) dan Ramzi Baydoun *et al.*, (2001) berpendapat bahwa pendapatan konsumen mempengaruhi prasarana fisik terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dan Priluck, Randi (2003) dan Roger Hallowell (1998) berpendapat bahwa pendapatan

konsumen tidak berpengaruh terhadap proses pelayanan dan tapi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis dan temuan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

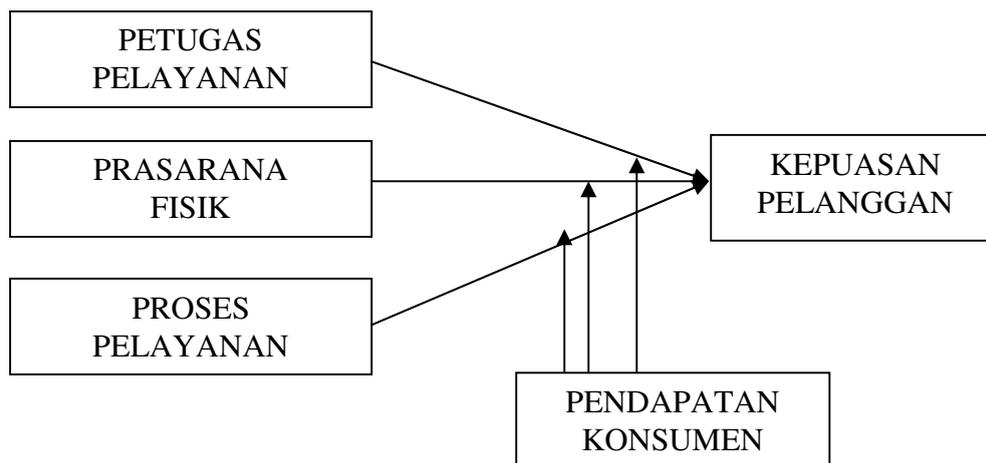
H₄ : Pendapatan konsumen memperkuat pengaruh petugas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

H₅ : Pendapatan konsumen memperkuat pengaruh prasarana fisik terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

H₆ : Pendapatan konsumen memperkuat pengaruh proses pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan teoritis di atas, maka dapat digambarkan secara skematik sebagai berikut :



Gambar 2
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel Kusuma Sahid yang pernah menginap paling sedikit 2 kali di hotel Kusuma Sahid Surakarta. Menurut Cooper dan Schindler (2006) jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan melalui rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{pq}{\sigma p^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

pq = ukuran penyebaran sampel, karena populasi tidak diketahui maka p dan q masing-masing diasumsikan 0,5

σp = kesalahan proporsi standar = 0,051 = (0,10/1,96)

Hasil perhitungan menghasilkan jumlah sampel sebesar :

$$n = \frac{(0,5) \times (0,5)}{(0,051)^2} = 96,15$$

Sehingga jumlah responden yang dipilih sebagai sampel adalah 96 wisatawan dan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 wisatawan.

Teknik pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Adapun teknik pengumpulan data primer adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya agar responden dapat mempersiapkan data dan keterangan-keterangan yang dibutuhkan. Daftar pertanyaan diberikan pada responden terpilih, dengan bentuk pertanyaan tertutup. Artinya dalam pertanyaan telah dipersiapkan beberapa alternatif jawabannya.

2. Interview

Yaitu pengumpulan/mendapatkan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan penjelasan mengenai data yang ada maupun belum penulis peroleh dari responden.

Adapun cara untuk mendapatkan data sekunder adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan

Yaitu suatu penelitian yang bertujuan mendapatkan dasar-dasar teoritis mengenai hal-hal/masalah-masalah yang akan diteliti dengan jalan membaca literatur, catatan kuliah, surat kabar, dan jurnal-jurnal ilmiah serta bacaan lain yang mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti sehingga dapat dipakai pedoman untuk membahas masalah yang dihadapi dalam penulisan.

2. Dokumenter

Yaitu suatu cara untuk mendapatkan data dengan jalan mengambil data yang ada dalam catatan instansi yang berkaitan.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel independen

a. Faktor organisasional, sub faktor yang dipilih adalah:

- 1) Variabel petugas pelayanan adalah tekanan yang diberikan pada seseorang sebagai suatu fungsi dari peran tertentu yang dimainkan dalam organisasi (Yetti, 2006).
- 2) Variabel prasarana fisik adalah tekanan yang disebabkan oleh desain pekerjaan, dan rentang waktu yang diberikan untuk menyelesaikan pekerjaan.
- 3) Variabel proses pelayanan adalah tekanan yang dirasakan karyawan meliputi kondisi fisik di tempat kerja.

2. Variabel dependen

Variabel kepuasan pelanggan merupakan luapan emosi jangka pendek dari konsumen dalam merespon kinerja jasa yang diberikan oleh penyedia jasa secara spesifik (Lovelock, 1999 ; 92).

3. Variabel moderasi

Pendapatan konsumen adalah variabel karakteristik personal yang digunakan untuk menggambarkan konsumen.

Metode analisis data

Untuk menguji apakah variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen maka penelitian ini menggunakan *Regression Analysis*, yaitu tahap pertama regresi berganda.

Model analisisnya sebagai berikut :

$$Kp = \beta_1 + \beta_2Pp + \beta_3Pf + \beta_4Prp + e$$

Tahap kedua regresi menentukan unsur variabel pemoderasi dengan model analisis sebagai berikut :

$$K_p = \beta_1 + \beta_2 P_p + \beta_3 P_f + \beta_4 P_{rp} + \beta_5 D_{pk} + e$$

Tahap ketiga regresi menentukan unsur variabel pemoderasi dengan model analisis sebagai berikut :

$$K_p = \beta_1 + \beta_2 P_p + \beta_3 P_f + \beta_4 P_{rp} + \beta_5 D_{pk} + (\beta_2 P_p * \beta_5 D_{pk}) + e \dots\dots\dots (13)$$

Tahap keempat regresi menentukan unsur variabel pemoderasi dengan model analisis sebagai berikut :

$$K_p = \beta_1 + \beta_2 P_p + \beta_3 P_f + \beta_4 P_{rp} + \beta_5 D_{pk} + (\beta_3 P_f * \beta_5 D_{pk}) + e \dots\dots\dots (14)$$

Tahap kelima regresi menentukan unsur variabel pemoderasi dengan model analisis sebagai berikut :

$$K_p = \beta_1 + \beta_2 P_p + \beta_3 P_f + \beta_4 P_{rp} + \beta_5 D_{pk} + (\beta_4 P_{rp} * \beta_5 D_{pk}) + e \dots\dots\dots (15)$$

Keterangan :

K_p = Kepuasan

P_p = Petugas pelayanan

P_f = Prasarana fisik

P_{rp} = Proses pelayanan

D_{pk} = Dummy Pendapatan konsumen

$P_p * D_{pk}$ = Petugas pelayanan berinteraksi dengan Dummy Pendapatan konsumen

$P_f * D_{pk}$ = Prasarana fisik berinteraksi dengan Dummy Pendapatan konsumen

$P_{rp} * D_{pk}$ = Proses pelayanan berinteraksi dengan Dummy Pendapatan konsumen

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antar faktor bauran pemasaran non konvensional terhadap kepuasan pelanggan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai p value > nilai $\alpha = 0,05$ berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terdapat variabel dependen sedangkan H_0 ditolak dan H_a diterima

jika nilai P value < nilai $\alpha = 0,05$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variable independen terhadap variable dependen.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara simultan antara faktor bauran pemasaran non konvensional terhadap kepuasan pelanggan. yang dimoderasi dengan pendapatan konsumen. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai p value > nilai $\alpha = 0,05$ yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai p value > nilai $\alpha = 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah perbandingan antara variable Y yang dijelaskan oleh X_1 dan X_2 secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Jika selain X_1 dan X_2 semua variable di luar model yang diwadahi dalam e dimasukkan ke dalam model, maka nilai R^2 akan bernilai 1. Ini Berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variable penjelas yang dimasukkan ke dalam model (Bambang S, 2008 : 41).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Data mengenai kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di Hotel Kusuma Sahid Surakarta dalam penelitian ini terdiri atas 100 responden. Data yang digunakan untuk menganalisis yaitu Petugas pelayanan, prasarana fisik dan proses pelayanan berdasarkan dari skor hasil jawaban responden. Sedangkan data pendapatan digunakan data dengan ketentuan responden dengan pendapatan lebih kecil sama dengan Rp. 2.500.000,00 sebagai variabel dummy = 0, sedangkan responden dengan pendapatan di atas Rp 2.500.000,00 dengan variabel dummy = 1. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil-hasil analisis pada Tabel 3.

Dari tabel 3 dapat dibuat persamaan regresi hirarki yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Persamaan pertama (tanpa variabel pemoderasi)

Dari persamaan pertama diperoleh rumus sebagai berikut :

$$Kp = \beta_1 + \beta_2Pp + \beta_3Pf + \beta_4Prp + e$$

Keterangan :

Kp = Kepuasan pelanggan

Pp = Petugas pelayanan

Pf = Prasarana fisik

Prp = Proses pelayanan

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil analisis di bawah ini.

$$Kp = 2,418 + 0,247 Pp + 0,241 Pf + 0,266 Prp$$

(4,521) (2,973) (3,249)

Angka dalam kurung () adalah nilai t hitung.

2. Persamaan Kedua (dengan variabel pemoderasi)

Dari persamaa kedua diperoleh rumus sebagai berikut :

$$Kp = \beta_1 + \beta_2Pp + \beta_3Pf + \beta_4Prp + \beta_5DPk + e$$

Kp = Kepuasan pelanggan

Pp = Petugas pelayanan

Pf = Prasarana fisik

Prp = Proses pelayanan

DPk = Dummy Pendapatan konsumen

$$Kp = 3,484 + 0,250Pp + 0,233Pf + 0,225Prp - 0,646DPk$$

(4,569) (2,865) (2,492) (-1,0689)

Angka dalam kurung () adalah nilai t hitung.

3. Persamaan Ketiga (dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis*), yaitu

memasukan interaksi DPK dengan Pp, interaksi Dpk dengan Pf dan interaksi Dpk dengan Prp. Dari persamaa ketiga diperoleh rumus berturut-turut sebagai berikut :

a. $Kp = \beta_1 + \beta_2Pp + \beta_3Pf + \beta_4Prp + \beta_5DPk + (\beta_2Pp * \beta_5DPk) + e$

b. $Kp = \beta_1 + \beta_2Pp + \beta_3Pf + \beta_4Prp + \beta_5DPk + (\beta_3Pf * \beta_5DPk) + e$

c. $Kp = \beta_1 + \beta_2Pp + \beta_3Pf + \beta_4Prp + \beta_5DPk + (\beta_4Prp * \beta_5DPk) + e$

Di mana :

Kp = Kepuasan pelanggan

Pp = Petugas pelayanan

Pf = Prasarana fisik

Prp = Proses pelayanan

DPk = Dummy Pendapatan konsumen

Pp*DPk = perkalian antara variabel petugas pelayanan dengan *Dummy* pendapatan konsumen

Pf*DPk= perkalian antara variabel prasarana fisik dengan *Dummy* pendapatan konsumen

Prp*DPk = perkalian antara variabel proses pelayanan dengan *Dummy* pendapatan konsumen.

Adapun hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut :

$$a. Kp = 3,201 + 0,266Pp + 0,231Pf + 0,223Prp - 0,062DPk - 0,029Pp*DPk$$

(3,452) (2,818) (2,446) (-0,030) (-0,298)

$$b. Kp = 5,588 + 0,230Pp + 0,100Pf + 0,239Prp - 6,929DPk + 0,462Pf*DPk$$

(4,327) (1,110) (2,747) (-3,128) (2,939)

$$c. Kp = 2,432 + 0,249Pp + 0,232Pf + 0,291Prp + 1,392DPk - 0,136Prp*DPk$$

(4,539) (2,842) (2,386) (0,535) (-0,805)

Angka dalam kurung () adalah nilai t hitung.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.418	1.462		1.654	.101
Petugas Pelayanan	.247	.055	.398	4.521	.000
Prasarana fisik	.241	.081	.243	2.973	.004
Proses Pelayanan	.266	.082	.264	3.249	.002
F	27,348 (0,000)				

R	0,679				
R ²	0,461				
2 (Constant)	3.484	1.769		1.969	.052
Petugas Pelayanan	.250	.055	.402	4.569	.000
Prasarana fisik	.233	.081	.235	2.864	.005
Proses Pelayanan	.225	.090	.224	3.492	.014
Dummy Pendapatan Konsumen	-.646	.605	-.090	-1.068	.288
F	20,826 (0,000)				
R	0,684				
R ²	0,467				
3a (Constant)	3.201	2.015		1.588	.116
Petugas Pelayanan	.266	.077	.428	3.452	.001
Prasarana fisik	.231	.082	.233	2.818	.006
Proses Pelayanan	.223	.091	.221	2.446	.016
Dummy Pendapatan Konsumen	-.062	2.053	-.009	-0.030	.976
Dummy Pendapatan Konsumen X Petugas Pelayanan	-.029	.096	-.085	-.298	.766
F	16,519 (0,000)				
R	0,684				
R ²	0,468				
3b (Constant)	5.588	1.846		3.026	.003
Petugas Pelayanan	.230	.053	.369	4.327	.000
Prasarana fisik	.100	.090	.101	1.110	.270
Proses Pelayanan	.239	.087	.238	2.747	.007
Dummy Pendapatan Konsumen	-6.929	2.215	-.962	-3.128	.002
Dummy Pendapatan Konsumen X Prasarana Fisik	.462	.157	.894	2.939	.004
F	19,729 (0,000)				
R	0,716				
R ²	0,512				
3c (Constant)	2.432	2.202		1.104	.003

Petugas Pelayanan	.249	.055	.400	4.539	.000
Prasarana fisik	.232	.082	.233	2.842	.270
Proses Pelayanan	.291	.122	.289	2.386	.007
Dummy Pendapatan Konsumen	1.329	2.602	.193	-3.128	.002
Dummy Pendapatan Konsumen X Proses Pelayanan	-.136	.169	-.268	-.805	.423
F	16,729 (0,000)				
R	0,686				
R ²	0,471				

Sumber: Data primer yang diolah, 2011

Uji Hipotesis

Persamaan pertama menguji hipotesis pertama, kedua dan ketiga yang menyatakan petugas pelayanan, Prasarana fisik, dan Proses Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil regresi dalam penelitian ini adalah nilai uji t, uji F, dan koefisien determinasi dapat dilihat selengkapnya pada tabel 3.

Dari tabel 3, terlihat bahwa koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,461, yang berarti bahwa 46,6% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan sedangkan sisanya 53,4% dijelaskan oleh faktor lain. Dari uji t petugas pelayanan = 4,521 (signifikan pada $\alpha = 0,00$), uji t prasarana fisik = 2,973 (signifikan pada $\alpha = 0,004$), uji t proses pelayanan = 3,249 (signifikan pada $\alpha = 0,002$) dan uji F = 27,348 (signifikan pada $\alpha = 0,00$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini menunjukkan bahwa semakin puas pelanggan dari jasa petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan yang diberikan oleh Hotel Kusuma Sahid, maka pelanggan akan semakin loyal untuk memanfaatkan kembali jasa yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama, kedua dan ketiga terbukti.

Pengujian kedua menguji hipotesis ke empat, kelima dan keenam yang menyatakan bahwa pendapatan konsumen memperkuat pengaruh petugas pelayanan, prasarana fisik dan proses pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi heirarki.

Hasil dari analisis pada model 2 (tabel 3) menunjukkan, nilai t hitung variabel pemoderasi yaitu pendapatan konsumen adalah -1,068 dengan prob. Value 0,288 dengan Adj R² model 2 (0,467) relatif sedikit berubah dibandingkan dengan Adj R² model 1 (0,461). Hal ini mengindikasikan bahwa pendapatan konsumen memberi kontribusi pengaruh yang kecil terhadap kepuasan pelanggan.

Dilihat dari model 3a, total pengaruh petugas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh pada pendapatan konsumen yang tinggi. Hasilnya dapat dilihat pada koefisien (dummy pendapatan konsumen dikali petugas pelayanan), yaitu total pengaruh petugas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berpendapatan tinggi menjadi $(0,428 - 0,085 = 0,343)$. Sebaliknya total pengaruh petugas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang pendapatannya rendah sebesar 0,428. berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan konsumen tidak memperkuat maupun memperlemah terhadap petugas pelayanan, dengan demikian hipotesis 4 tidak terbukti.

Dilihat dari model 3b, total pengaruh prasarana fisik terhadap kepuasan pelanggan menjadi meningkat pada pendapatan konsumen yang tinggi. Hasilnya dapat dilihat pada koefisien (dummy pendapatan konsumen dikali prasarana fisik), yaitu total pengaruh prasarana fisik terhadap kepuasan pelanggan yang pendapatannya tinggi menjadi $(0,369 + 0,894 = 1,263)$. Sebaliknya total pengaruh prasarana fisik terhadap kepuasan pelanggan yang pendapatannya rendah sebesar 0,369. berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan konsumen memperkuat pengaruh prasarana fisik terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid adalah terbukti.

Dilihat dari model 3c, total pengaruh proses pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap pendapatan konsumen yang tinggi. Hasilnya dapat dilihat pada koefisien (dummy pendapatan konsumen dikali proses pelayanan), yaitu total pengaruh proses pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang

pendapatannya tinggi menjadi $(0,400 - 0,268 = 0,142)$. Sebaliknya total pengaruh prasarana fisik terhadap kepuasan pelanggan yang pendapatannya rendah sebesar 0,400. berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi pendapatan konsumen memperkuat pengaruh proses pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid tidak terbukti.

SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis data pada bab sebelumnya yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif yang ditujukan untuk mengetahui pengaruh petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan pendapatan pelanggan sebagai variabel moderasi di Hotel Kusuma Sahid Surakarta, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

Simpulan

1. Variabel petugas pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini menunjukkan bahwa semakin pelanggan merasa puas dari jasa petugas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Kusuma Sahid, maka pelanggan akan semakin loyal untuk memanfaatkan kembali jasa yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan pelanggannya.
2. Variabel prasarana fisik mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini menunjukkan bahwa semakin pelanggan merasa puas terhadap prasarana fisik yang diberikan oleh Hotel Kusuma Sahid, maka pelanggan akan semakin loyal untuk memanfaatkan kembali jasa yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan pelanggannya.
3. Variabel proses pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini menunjukkan bahwa semakin pelanggan merasa puas dari proses pelayanan yang diberikan oleh Hotel Kusuma Sahid, maka pelanggan akan semakin loyal untuk memanfaatkan kembali jasa yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan pelanggannya.
4. Diketahui bahwa interaksi petugas pelayanan dan proses pelayanan dengan adanya variabel pendapatan konsumen sebagai *moderating effect* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel pendapatan konsumen sebagai *moderating*

effect memperkuat pengaruh prasarana fisik terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel Kusuma Sahid. Hal ini dapat diketahui dari perubahan meningkatnya total pengaruh prasarana fisik terhadap kepuasan pelanggan yang berpendapatan tinggi yaitu dari 0,369 menjadi 1,263.

5. Kepuasan pelanggan di Hotel Kusuma Sahid Surakarta dapat dijelaskan oleh petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan dengan adanya variabel pendapatan sebagai pemoderasi sebesar 51,20%, sedangkan sisanya 48,80% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian peneliti menemui beberapa keterbatasan yang menyebabkan penelitian ini memiliki kekurangan-kekurangan. Kekurangan-kekurangan tersebut antara lain disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak mampu dikendalikan oleh peneliti (*uncontrolable factors*). Salah satu contohnya adalah sulitnya menemui responden yang sesuai dengan keinginan peneliti, di samping itu sibuknya para responden setiap harinya sehingga sulit untuk bersedia dijadikan sampel.

Saran

Bertolak dari uraian dan kesimpulan yang telah penulis lakukan, maka dapat diberikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi Hotel Kusuma Sahid Surakarta. Adapun saran yang dapat peneliti ajukan adalah sebagai berikut :

1. Mengingat petugas pelayanan, prasarana fisik dan proses pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hendaknya pihak manajemen hotel meningkatkan faktor-faktor tersebut.
2. Apabila dilihat interaksi antara besar kecilnya pendapatan dengan prasarana fisik yang menunjukkan pengaruh yang signifikan, maka hendaknya pihak manajemen hotel selalu menyempurnakan fasilitas yang disediakan dengan mengikuti perkembangan keadaan, sehingga tetap diminati oleh para pelanggan yang berprestasi tinggi.
3. Mengingat prasarana fisik mempunyai pengaruh yang paling lemah, maka hendaknya prasarana fisik yang ada di hotel Kusuma Sahid perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaltonen, Priscilia Gaudet, 2004. "Customer Relationship Marketing and Effects of Demographics and Technology on Customer Satisfaction and Loyalty in Financial Services," *Dissertation*, Old Dominion University.
- Arikunto, Suharsimi, 2004, *Metodologi Penelitian*, Pustaka, Jogjakarta.
- Basri, Faisal, 2008. Sektor Ekonomi Setelah Reformasi, *Koran Tempo*, edisi Selasa 13 Mei.
- Claesfornell, Rolandt. Rust, Andmarnikg. Dekimpe, 2100. The Effect of Customer Satisfaction on Consumer Spending Growth, *Journal of Marketing Research* Vol. XLVII. Hal 28–35.
- Cooper & Schindler, 2006. *Marketing Research*. New York: The Mcgraw-Hill Companies, Inc.
- Dick, A and Basu, K, 1994. Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of Marketing Science*, Vol. 22.
- Engkoswara dan Nandan Limakrisna, 2005. *Pengaruh Bauran Pemasaran Non Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus pada Sebuah Hotel di Jakarta), Jurnal
- Gujarati D., 2006. *Basic Econometrics*, 7th Edition, Mc Graw – Hill, Inc. New York.
- Jay Kandampuli dan Dwi Suharto, 2000. Customer loyalty In the Hotel Industry; The role of customer Satisfacation and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12/6 . Hal 346 – 351.
- Kode Ruyter dan Jose ÂBloemer,1999. Customer loyalty in extended service settings. The interaction between satisfaction, value attainment and positive mood. *International Journal of Service Industry Management*, Vol.10, No.3. Hal 320-336.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Alih Bahasa, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P, 2005. *Marketing Managemen: The Millenium Edition*, New Jersey: Prentice Hall inc.
- Li-Wei Mai, Mitchell R. Ness, 2006. A Structural Equation Model of Customer Satisfaction and Future Purchase of Mail-Order Speciality Food, *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, Volume 1, Issue 1.

-
- Lovelock, Christopher, 1999. *Service Marketing and Management*, Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Luarn, Pin., Lin, H.H., 2003. "A Customer Loyalty Model for E-Service Context". *Journal of Electronic Commerce Research*, vol 4. No 4.
- Parasuraman, A., Valeria A. Zeithmal, and Leonard L. Berry, 1988. "A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality". *Journal of Marketing*, vol 64.
- Priluck, Randi, 2003. "Relationship marketing can mitigate product and service failures," *The Journal of Services Marketing*. 17:1, 37.
- Ramzi Baydoun, Dale Rose, Teresa Emperado, 2001. Measuring Customer Service Orientation: An Examination Of The Validity Of The Customer Service Profile. *Journal Of Business And Psychology*, Vol.15, No.4, Summer.
- Roger Hallowell, 1998. The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7, No. 4. Hal 27-42.
- Setiaji, Bambang, 2008. *Cara Mudah Analisis Kuantitatif, Dilengkapi dengan Tutorial SPSS*, Surakarta : Al-Es'af University Press.
- Stefanus, Thomas Kaihatu, 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya, *Jurnal: Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.10, No. 1, Maret: Hal 66-83
- Sugiyono, 2004. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Taylor and Croin, 2003. *Journal of Service Marketing*, Emerald Library, London.
- Tjiptono, Fandi, 2005. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, & A. Parasuraman, 2003. The Behavioral Consequences of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1). Hal 12-40,
- Viskal Mittal and Wagner A Kamakura, 2001. Satisfaction, Repurchases Intent, and Repurchases Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXXVII (February,).
- Yoeti, Hoka, 1999, *Hotel Customer Service*, PT Pertja, Bandung.
- , 1999, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
-