

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRIYA SUNSET KUTA

I Komang Gede Mahendra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
*e-mail*: nissanlova@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta. Penelitian ini menggunakan riset kualitatif yaitu dengan menggunakan *survey* dan kuesioner terhadap 115 pengunjung hotel Griya Sunset Kuta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Ditemukan hasil bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta dan variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of the quality of service that consists of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy towards customer satisfaction at Hotel Griya Sunset Kuta. This study used a qualitative research using surveys and questionnaires to 115 Sunset Kuta Puri hotel visitors. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. It was found that the variable quality of services consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously have an influence on customer satisfaction in the hotel Griya Sunset Kuta and the variable quality of services consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy partially positive and significant effect on customer satisfaction in the hotel Griya Sunset Kuta.*

**Keywords** : *Service Quality, Customer Satisfaction*

### PENDAHULUAN

Industri pariwisata telah menjadi salah satu industri besar di dunia. Industri pariwisata tidak hanya berperan sebagai penambah devisa negara, tetapi juga membuka lapangan kerja yang luas bagi berbagai lapisan masyarakat. Aspek inilah yang menjadikan industri pariwisata sebagai salah satu sektor yang perlu

mendapatkan perhatian khusus sebagai peluang bisnis dalam perekonomian Indonesia, selain faktor-faktor yang lain seperti pendayagunaan industri kecil dan menengah dalam mendongkrak perekonomian nasional (*Sumber: www.id.shooving.com*) diakses pada tanggal 10 Mei 2014.

Sebagai daerah tujuan wisata, Bali konsisten menempatkan sektor pariwisata menjadi sektor andalan. Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang memberikan dampak besar terhadap perekonomian di Bali. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran selalu menjadi sektor andalan di Bali, sehingga tidaklah salah untuk dikatakan bahwa perekonomian Bali bergantung pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (*Bali.bps.go.id*) diakses tanggal 12 Februari 2014.

Bali adalah salah satu provinsi yang memiliki beraneka ragam daerah tujuan wisata. Salah satunya yang sangat terkenal adalah pantai Kuta. Banyak wisatawan tertarik untuk berkunjung ke pulau Bali, karena Bali memiliki banyak objek wisata pantai yang sangat indah. Seiring dengan pesatnya kemajuan industri pariwisata di Bali maka fasilitas yang mendukung kemajuan ini juga tumbuh semakin maju. Bisnis perhotelan juga membuka peluang bisnis yang besar bagi para investor (dalam maupun luar negeri) dan masyarakat Bali pada umumnya. Investor melihat banyaknya peluang bisnis yang ada di Bali, sehingga mereka tertarik untuk menanam modal di bidang perhotelan dan sektor jasa yang lainnya.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta dan restoran serta makanan dan minuman yang dijual

beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staf atau karyawan hotel dalam melayani pelanggannya (Chen, 2007).

Hotel banyak dijumpai di berbagai tempat, baik di sejumlah daerah tujuan wisata maupun di kota-kota besar. Jasa-jasa yang dapat ditawarkan dalam bidang perhotelan, diantaranya fasilitas penyediaan atau penyewaan kamar, fasilitas penyediaan ruang konferensi dan sebagainya. Pada dasarnya, jasa pelayanan hotel sudah dinikmati pada saat melakukan registrasi, ketika menginap di kamar, makan dan minum di restoran, atau ketika konsumen tersebut mengikuti acara seminar, rapat dan kegiatan lainnya (Buchori, 2006).

Menurut Griselda (2007) jasa perhotelan merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan berbagai jenis layanan (*service*) seperti; pelayanan penginapan, penyiapan makanan dan minuman bagi siapa saja yang memerlukannya. Seiring dengan perkembangan tersebut maka jika sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, sekarang sudah mengalami perkembangan.

Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari setiap bisnis. Kualitas ini diberikan kepada konsumen untuk memenuhi ekspektasi konsumen dengan menyediakan produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga (Thio, 2001). Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2005:273), kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan konsumen terhadap kelima dimensi layanan yang ditawarkan

oleh perusahaan tersebut. Pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa tersebut (Mattila dalam Sutomo, 2012).

Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003). Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). Menurut Afrizawati (2012) kekuatan kualitas pelayanan merupakan basis kepuasan konsumen, karena dari pelayanan akan memunculkan *satisfaction* tersendiri yang dirasakan oleh konsumen yang mempergunakan pelayanan baik dalam bentuk jasa maupun produk.

Menurut Ahmed *et al.* (2010) keberhasilan jangka panjang suatu organisasi tergantung pada banyak faktor, salah satunya adalah faktor kepuasan konsumen, organisasi sektor jasa perlu berusaha meningkatkan usahanya melalui kualitas layanan. Untuk mencapai tingkat keberhasilan organisasi tersebut harus mencoba untuk memuaskan pelanggannya dengan menyediakan layanan berkualitas terbaik. Menurut Tjiptono (2005:360) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di

bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa dan sebaliknya bila sesuai dengan harapan maka akan timbul kepuasan.

Kotler dan Keller (2009:177) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Tjiptono (2005:360) mengemukakan terdapat empat metode dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu melalui sistem keluhan, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

Konsumen yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang dirasakan, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. Memberikan pelayanan yang maksimal diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmawati dan Wahyuddin, 2004).

Hotel Griya Sunset Kuta adalah sebuah hotel dengan standar Hotel berbintang. Hotel yang beralamat di jalan Pura Mertasari V No. 29, *Sunset Road* Kuta ini sebaiknya dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan pihak hotel kepada konsumen dengan cara semakin memenuhi apa yang dibutuhkan dan dianggap penting oleh konsumen. Pesaing tentunya akan meningkatkan standar pelayanan mereka untuk menarik para konsumen, tentunya akan berpengaruh

terhadap meningkatnya ekspektasi atau harapan konsumen, sehingga persaingan perusahaan yang adapun semakin ketat (Griselda dan Panjaitan, 2007).

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa terjadi penurunan konsumen yang menginap di Hotel Griya Sunset Kuta dari 2011 sampai 2013. Penurunan ini terjadi selain karena banyaknya hotel yang berada di wilayah Kuta, penurunan jumlah konsumen yang menginap diduga disebabkan karena adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen. Kepuasan konsumen melalui pemberian layanan bermutu merupakan komitmen dan tanggung jawab dari manajemen dan seluruh konsumen hotel. Demi menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan sebaiknya menciptakan suatu cara untuk menciptakan pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan mempertahankan pelanggannya Tabel 1 menampilkan jenis dan jumlah keluhan konsumen selama tahun 2013.

**Tabel 1 Jenis dan Jumlah Keluhan Konsumen di Hotel Griya Sunset Kuta Tahun 2013**

| No | Jenis Keluhan                            | 2011 (orang) | 2012 (orang) | 2013 (orang) |
|----|--|--------------|--------------|--------------|
| 1  | Petugas Kebersihan Hotel                 | 4            | 6            | 8            |
| 2  | Ketersediaan Tempat Parkir               | 2            | 5            | 7            |
| 3  | Perlengkapan fasilitas restoran di hotel | 1            | 4            | 5            |
| 4  | Tarif hotel                              | 2            | 3            | 3            |
| 5  | Pelayanan keluhan konsumen hotel         | 4            | 7            | 8            |
| 6  | Lokasi hotel                             | 2            | 4            | 4            |
| 7  | Kepekaan terhadap kebutuhan konsumen     | 2            | 2            | 3            |

Sumber : Hotel Griya Sunset Kuta (data diolah 2014)

Tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang terjadi di Hotel Griya Sunset Kuta. Tabel 1 juga menunjukkan dari 5 variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Keluhan pada bukti fisik yang

mendapatkan keluhan yaitu sebanyak 8 keluhan. Faktor lokasi hotel terdapat 4 keluhan kemudian pada keandalan yterdapat 3 keluhan. Faktor daya tanggap terdapat 8 keluhan, tidak ada keluhan pada variabel jaminan, namun pada empati yang terfokuskan pada kepekaan terhadap kebutuhan konsumen terdapat 3 keluhan. Melihat hal ini, perusahaan sebaiknya perlu melakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan yang ada dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan langkah yang lebih tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah 1). untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang menginap pada Hotel Griya Sunset Kuta dan 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang menginap pada Hotel Griya Sunset Kuta.

Menurut Gocek (2007) manajer harus selalu meninjau perubahan lingkungan dan merebut peluang untuk meningkatkan kinerja organisasi mereka, khususnya perubahan dalam persaingan pasar dan harapan pelanggan. Kualitas layanan adalah akar dari kepuasan pelanggan dan terkait dengan hasil perilaku yang dilakukan pelanggan, seperti menyampaikan kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan jasa atau barang melalui mulut ke mulut (Yavas *et al.*, 2004).

Pelanggan dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi yang berbeda. Dilatarbelakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk

menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta.

Penelitian yang dilakukan oleh Griselda dan Panjaitan (2007) dilakukan pada restoran Pulau Dua. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari 5 dimensi kualitas pelayanan jasa. Dapat disimpulkan bahwa seluruh kelima variabel bebas yang ada berpengaruh pada kepuasan konsumen. Variabel empati berpengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2010) menggunakan teknik analisis linear berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kantor Pos Laswang.

Penelitian yang dilakukan oleh Agyapong (2001) bertujuan untuk menguji pengaruh hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Utilitas Industri (telekomunikasi) di Ghana. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan semua item kualitas layanan adalah memiliki hubungan yang baik dari kepuasan pelanggan. Hipotesis pertama yang diajukan untuk penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Griya Sunset Kuta.

Penelitian yang dilakukan Kurniawan (2012) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan Novita dan Nurcahya (2011) dilakukan pada D&I Skin centre di Denpasar. Penelitian ini menunjukkan bahwa 5 dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian dari Thomas (2008) dilakukan pada pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. Penelitian ini menyatakan bahwa masing-masing dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis pertama yang diajukan untuk penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : Kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Griya Sunset Kuta.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Griya *Sunset* Kuta dimana terdapat banyak keluhan yang terjadi pada konsumen hotel tersebut. Adapun subjek penelitian ini adalah konsumen yang menginap pada Hotel Griya *Sunset* Kuta. Objek dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Griya *Sunset* Kuta.

Data primer dalam penelitian ini adalah yaitu melalui penyebaran kuesioner, hasil wawancara langsung dengan pimpinan, maupun karyawan Hotel Griya *Sunset* Kuta dan data sekunder penelitian ini adalah data tentang jumlah kunjungan wisatawan dan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menginap di Hotel Griya *Sunset* Kuta. Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam

penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *purposive sampling*. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 115 konsumen yang menginap di Hotel Griya *Sunset* Kuta dengan kriteria berusia 17 tahun ke-atas yang sudah pernah menginap minimal 1 (satu) kali.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala Likert 5 poin yang disebarakan secara langsung kepada responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk meneliti apakah kuesioner yang sudah disebarakan tersebut akurat dan layak diteliti dan digunakan lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan menggunakan uji simultan (F-test) dan uji parsial (t-test) untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendidikan terakhir, dan frekuensi menginap. Secara spesifik, karakteristik demografi konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta yang berjumlah 115 orang dapat dilihat pada Tabel 2 yang menjelaskan karakteristik demografi responden.

**Tabel 2 Karakteristik Demografi Responden**

| No     | Variabel            | Klasifikasi          | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------|---------------------|----------------------|----------------|----------------|
| 1      | Jenis Kelamin       | Perempuan            | 55             | 47,8           |
|        |                     | Laki-laki            | 60             | 62,2           |
|        | Jumlah              |                      | 115            | 100            |
| 2      | Usia                | 17-25 Tahun          | 9              | 7,8            |
|        |                     | 26-35 Tahun          | 19             | 16,5           |
|        |                     | 36-45 Tahun          | 63             | 54,7           |
|        |                     | 46-55 Tahun          | 21             | 18,2           |
|        |                     | >55 Tahun            | 3              | 2,6            |
| Jumlah |                     | 115                  | 100            |                |
| 3      | Jenis Pekerjaan     | Wiraswasta           | 39             | 33,9           |
|        |                     | PNS                  | 17             | 14,7           |
|        |                     | Karyawan Swasta      | 41             | 35,6           |
|        |                     | Pelajar/Mahasiswa    | 13             | 11,3           |
|        |                     | Lainnya              | 5              | 4,3            |
| Jumlah |                     | 115                  | 100            |                |
| 4      | Pendidikan Terakhir | SMA                  | 13             | 11,3           |
|        |                     | Diploma              | 29             | 25,2           |
|        |                     | Sarjana              | 47             | 40,8           |
|        |                     | Pasca Sarjana        | 26             | 22,6           |
| Jumlah |                     | 115                  | 100            |                |
| 5      | Frekuensi Menginap  | Pertama Kali         | 16             | 13,9           |
|        |                     | Dua Kali             | 37             | 32,1           |
|        |                     | Tiga Kali            | 48             | 41,7           |
|        |                     | Lebih Dari Tiga Kali | 10             | 8,6            |
| Jumlah |                     | 115                  | 100            |                |

Sumber: Data Primer, diolah pada Tahun 2014

Hasil uji validitas dalam ditemukan hasil bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel yang diuji nilainya lebih besar dari 0,30. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini dinyatakan *valid*.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas**

| No | Variabel          | Item Pernyataan | Korelasi Item Total | Keterangan |
|----|-------------------|-----------------|---------------------|------------|
| 1  | Bukti Fisik       | X1.1            | 0.860               | Valid      |
|    |                   | X1.2            | 0.838               | Valid      |
|    |                   | X1.3            | 0.848               | Valid      |
|    |                   | X1.4            | 0.763               | Valid      |
|    |                   | X1.5            | 0.891               | Valid      |
|    |                   | X1.6            | 0.553               | Valid      |
|    |                   | X1.7            | 0.595               | Valid      |
| 2  | Keandalan         | X2.1            | 0.929               | Valid      |
|    |                   | X2.2            | 0.944               | Valid      |
|    |                   | X2.3            | 0.891               | Valid      |
| 3  | Daya Tanggap      | X3.1            | 0.940               | Valid      |
|    |                   | X3.2            | 0.940               | Valid      |
| 4  | Jaminan           | X4.1            | 0.884               | Valid      |
|    |                   | X4.2            | 0.894               | Valid      |
|    |                   | X4.3            | 0.876               | Valid      |
| 5  | Empati            | X5.1            | 0.909               | Valid      |
|    |                   | X5.2            | 0.882               | Valid      |
|    |                   | X5.3            | 0.912               | Valid      |
| 6  | Kepuasan Konsumen | Y1              | 0.886               | Valid      |
|    |                   | Y2              | 0.858               | Valid      |
|    |                   | Y3              | 0.898               | Valid      |
|    |                   | Y4              | 0.797               | Valid      |
|    |                   | Y5              | 0.897               | Valid      |

Sumber: Data diolah, 2014

Pada uji reliabilitas yang dilakukan terhadap setiap instrumen penelitian memperoleh hasil bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen penelitian ini menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Secara lebih rinci, hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel          | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------|------------------|------------|
| Bukti Fisik       | 0.881            | Reliabel   |
| Keandalan         | 0.908            | Reliabel   |
| Daya Tanggap      | 0.868            | Reliabel   |
| Jaminan           | 0.859            | Reliabel   |
| Empati            | 0.880            | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen | 0.917            | Reliabel   |

Sumber: Data diolah, 2014

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini memperoleh hasil temuan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,583 dan menyatakan bahwa variabel-variabel penelitian telah memenuhi syarat normalitas. Pada uji multikolinearitas terlihat hasil tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut karena nilai dari *tolerance* dan VIF masing-masing menunjukkan nilai *tolerance* yang dimiliki seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10 dan ditunjukkan dengan Tabel 5.

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas (*Tolerance* dan *VIF*)**

| Variabel     | Tolerance | VIF   |
|--------------|-----------|-------|
| Bukti Fisik  | .290      | 3.444 |
| Keandalan    | .346      | 2.889 |
| Daya Tanggap | .349      | 2.862 |
| Jaminan      | .378      | 2.643 |
| Empati       | .355      | 2.817 |

Sumber: Data diolah, 2014

Hasil uji heteroskedastisitas didapatkan hasil bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini karena seluruh nilai signifikansi yang diperoleh dari pengujian dengan metode *Glejser* diperoleh nilai  $\alpha$  lebih dari 0,05 terhadap absolut residual (*Abs\_Res*) secara parsial, sehingga layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen sesuai dengan yang ditunjukkan pada Tabel 6.

**Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedasitas (Metode Glejser)**

| Variabel     | T      | Signifikansi |
|--------------|--------|--------------|
| Bukti Fisik  | -1.297 | .197         |
| Keandalan    | 1.582  | .116         |
| Daya Tanggap | .659   | .511         |
| Jaminan      | .242   | .809         |
| Empati       | -1.428 | .156         |

Sumber: Data diolah, 2014

Hasil analisis mengacu pada hasil pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta. Uji regresi linear berganda yang dilakukan dengan program SPSS *for Windows* diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= -0,112 + 0,270 (X_1) + 0,195(X_2) + 0,159(X_3) + 0,196(X_4) + 0,232(X_5) \\
 SE &= \quad \quad 0,120 \quad \quad 0,085 \quad \quad 0,073 \quad \quad 0,086 \quad \quad 0,086 \\
 t_{hitung} &= \quad \quad 2,256 \quad \quad 2,296 \quad \quad 2,167 \quad \quad 2,290 \quad \quad 2,698 \\
 Sig. &= \quad \quad 0,026 \quad \quad 0,024 \quad \quad 0,032 \quad \quad 0,024 \quad \quad 0,008 \\
 R^2 &= 0,730 \\
 F_{hitung} &= 58,812 \quad Sig. = 0,000
 \end{aligned}$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Konsumen
- X<sub>1</sub> = Bukti Fisik
- X<sub>2</sub> = Keandalan
- X<sub>3</sub> = Daya Tanggap
- X<sub>4</sub> = Jaminan
- X<sub>5</sub> = Empati

Hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan arah masing-masing variabel bebas penelitian ini terhadap variabel terikatnya. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,730 menunjukkan bahwa sebesar 73 persen bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Griya *Sunset* Kuta, sedangkan sisanya sebesar 27 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Nilai signifikansi F adalah 0,000 yang kurang dari 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap,

jaminan, dan empati) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Griya Sunset Kuta. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistino (2010), Griselda dan Panjaitan (2007), Hidayati (2010) serta Agyapong (2001) yang sama-sama menyatakan bahwa kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien regresi ( $X_1$ ) yang bernilai positif menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta. Nilai koefisien regresi ( $X_2$ ) yang bernilai positif menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta.

Nilai koefisien regresi ( $X_3$ ) yang bernilai positif menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta. Nilai koefisien regresi ( $X_4$ ) yang bernilai positif menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta. Terakhir, nilai koefisien regresi ( $X_5$ ) yang bernilai positif menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya *Sunset* Kuta.

Berdasarkan hasil-hasil analisis tersebut, maka dinyatakan bahwa hasil-hasil tersebut mendukung hipotesis kedua yaitu “kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Griya Sunset Kuta”. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2012), Novita

dan Nurcahya (2011) serta Thomas (2008) yang sama- sama menyatakan kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan penelitian ini adalah 1) variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta; 2) variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan. 1) pihak manajemen Hotel Griya Sunset Kuta agar memperluas tempat parkir yang ada di hotel, serta mempermudah dalam pemesanan kamar di hotel; 2) saran kedua bagi pihak manajemen juga diharapkan memperhatikan kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, dan kenyamanan konsumen selama berada di hotel Griya Sunset Kuta; 3) pihak manajemen agar memperhatikan karyawannya agar melayani konsumen tidak membedakan konsumen yang datang, serta fasilitas tempat parkir dan restoran yang terdapat di hotel Griya Sunset Kuta harus lebih ditingkatkan lagi agar sesuai dengan harapan konsumen.

## REFERENSI

- Afrizawati. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang. *Jurnal Orasi Binis*, VII: ISSN: 2085-1375.
- Agyapong, Gloria K.Q. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in The Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5): pp:203-210.
- Ahmed, Isfaq, Nawas, Muhamad, Usman Ahmad dan Iqbal Hassan. 2010. Impact of Service Quality on Customers Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12).
- Assauri, Sofjan. 2003. Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction. *Usahawan*, 01.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin, M. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5(1):hal: 54-61.
- Buchori, Andika. 2006. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Mutu Pelayanan Pada Hotel Holiday Inn Bandung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Chen, Cheng-Nan. 2007, The Relation among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures, *Contemporary Management Research*, National Cheng Kung University.
- Gocek, Ikilem, Senem Kursun, dan Yesim Iridag Beceren. 2007. The Perception of Customer Satisfaction in Textile Industry According to Genders in Turkey. *International Journal of Social and Human Sciences*, 1, pp: 149-153.
- Griselda, Gretel dan Panjaitan, Tagor Muda. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 2(1): hal: 39-63.
- Hidayati, Ernayati. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, (2)2: ISSN: 20085-0972.
- [Http://bali.bps.go.id](http://bali.bps.go.id). Diunduh tanggal 12, Februari, 2014.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan :BobSabran)*, Edisi 13 jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Index.

- Kurniawan, Adi. 2012. "Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1 (1): pp:2-16
- Novita, Indri dan Nurcaya.2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Konsumen Hotel Srandol Indah Semarang). *Skripsi*.Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sutomo, Maskuri. 2012. Kepuasan Pelanggan Menginap di Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta.*Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1): hal: 79-93.
- Thio, Shienny. 2001. Membangun *Service Quality* Untuk Mencapai Kepuasan Konsumen di Industry *Hospitality*.*Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 3(1): hal: 61-71.
- Thomas Stefanus. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*,10(1): hal: 66-83.
- Tjiptono, Fandi. 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi. \_\_\_\_\_ . 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jawa Timur: Bayu Media.
- Yavas Ugur, Benkenstein Martin, Stuhldreier Uwe. 2004. Relationship between service quality and behavioral outcomes. *The International Journal of Bank Marketing*, 22(2), pp: 144-157.