

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
PADA HOTEL SEMAGI KABUPATEN MUARA BUNGO**

Efandri Agustian

Program Studi Manajemen
Universitas Adiwangsa Jambi

ABSTRAK

Secara keseluruhan penilaian kualitas pelayanan yang ada di Hotel Semagi Muara Bungo masuk dalam kategori penilaian baik dengan nilai 341. Untuk penilaian keputusan menginap yang ada di Hotel Semagi Muara Bungo masuk dalam kategori penilaian cukup baik dengan nilai 327,25. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Dimana t_{hitung} 3,598 pada derajat keyakinan 95%.

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap Hotel Semagi Muara Bungo adalah 11,7% sedangkan sisanya sebesar 88,3% ditentukan oleh faktor lain yang tidak ditentukan dalam penelitian ini.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap Hotel Semagi Muara Bungo dapat dituliskan dengan persamaan regresi linier yaitu $Y = 9,276 + 0,306 X$. Kualitas pelayanan yang ada sebesar 9,276 jika ditingkatkan 1 point maka keputusan menginap akan bertambah sebesar 0,306.

Kata kunci : *kualitas pelayanan, menginap, perhotelan*

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran dikembangkan dari kata pasar yang berarti sarana atau tempat berkumpulnya orang yang terlibat dalam pemasaran. Dalam pengertian abstrak pemasaran diartikan sebagai suatu kegiatan, proses atau sistem keseluruhan. Definisi pemasaran menurut para ahli antara lain:

Menurut Kotler (2008:5) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Suatu proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dianggap memiliki kemampuan untuk menyumbangkan devisa terbesar setelah minyak dan gas bumi pada Negara. Akan tetapi saat ini dunia kepariwisataan Indonesia tengah mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat dari perolehan devisa yang menurun dibandingkan dengan pendapatan beberapa tahun kebelakang. Beberapa penyebabnya adalah kasus pemboman yang terjadi di Indonesia yang sangat jelas mempengaruhi dan mengembuskan kecemasan mendalam akan mengguncang dunia pariwisata Indonesia dan masalah travel warning (peringatan untuk bepergian) ke Indonesia.

Berbagai pihak di Indonesia baik yang berhubungan langsung maupun tidak dengan dunia pariwisata dilanda rasa waswas. Yang paling dikhawatirkan adalah akan terjadi eksodus wisatawan asing sebelum waktu lancongnya berakhir di Indonesia. Atau para tamu mendadak check out dari hotel dan kembali ke negara asalnya. Oleh karena itu pemerintah berusaha untuk kembali

mendorong agar wisatawan asing datang dengan menyatakan bahwa Indonesia telah aman untuk dikunjungi. Dan untuk dunia pariwisata kota Bandung sendiri, penyebab menurunnya perolehan pendapatan selain kasus pemboman adalah tingkat kemacetan yang tinggi.

Perkembangan sektor pariwisata mempengaruhi perkembangan industri-industri pendukung seperti hotel, restoran dan cafe. Khususnya hotel sebagai usaha akomodasi merupakan ujung tombak dalam menampung jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Terpuruknya dunia pariwisata saat ini memberikan imbas yang besar bagi usaha perhotelan sehingga timbul persaingan yang cukup ketat. Persaingan ini mendorong perusahaan memperbaiki segala kinerjanya agar dapat memenangkan persaingan.

Pada prinsipnya hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa. Sebagai industri jasa, setiap pengusaha hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Dengan kata lain kekuatan dari usaha ini ialah bagaimana para pelaku usaha menawarkan jasa yang terbaik kepada para tamunya. Tiap hotel akan berusaha memberikan nilai tambah (value added) yang berbeda terhadap produk dan jasa serta pelayanan yang diberikan kepada tamunya. Nilai tambah inilah yang membuat satu hotel berbeda dari yang lainnya, yang akhirnya menyebabkan mengapa orang punya alasan sendiri memilih hotel itu dibandingkan dengan hotel yang lainnya.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL SEMAGI KABUPATEN MUARA BUNGO

bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Dan dalam bisnis perhotelan ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu untuk memenuhi kebutuhan mereka yang merupakan produk hotel seperti kamar hotel (*rooms*), pelayanan makan dan minum (*food & beverage*), dan lain-lain. Namun banyak produk/jasa yang disediakan hotel ternyata tidak sesuai dengan harapan dan keinginan para tamu. Agar bisa memenuhi harapan dan keinginan para tamu selain penambahan fasilitas kamar dan sarana penunjang lainnya, kualitas pelayanan kepada konsumen juga akan ditingkatkan. Sebab pelayanan merupakan kunci keberhasilan pengelolaan hotel, selain kenyamanan. Petugas hotel harus ramah tamah dan menu masakan mesti sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut diatas penulis membuat skripsi ini dengan mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Semagi Kabupaten Muara Bungo".

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, variabel yang diteliti adalah nilai yang diperoleh oleh setiap responden terhadap setiap variabel penelitian, yaitu Pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independent*) dan Keputusan Menginap (Y) sebagai variabel terikat (*dependent*).

Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu langsung didapat dari pengunjung tamu Hotel Semagi, dengan

menggunakan instrument atau alat kuesioner berisi sejumlah pertanyaan tertulis. Kuesioner (angket) tersebut kemudian disebarakan kepada responden yang terpilih.

Sumber Data

Adapun sumber data dalam melakukan penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner sampel pengunjung tamu Hotel Semagi.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu dengan cara mencatat atau mendokumentasikan data yang tercantum dari literatur dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi

Menurut Riduwan (200:238), Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah tertentu dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah jumlah tamu hotel pada Hotel Semagi tahun 2013, yaitu sebanyak 11211 orang.

Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel ini penulis mengambil teori dari Taro Yamane (Riduwan & Akdon, 2009:249). Formula penarikan sampel ini adalah

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

dimana:

n = Sampel

N = Populasi

d = Presisi yang ditetapkan

Jika tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 10%, maka jumlah sampel yang didapat adalah

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL SEMAGI
KABUPATEN MUARA BUNGO**

$$n = \frac{11211}{11211(0.1)^2+1}$$

$$= \frac{11211}{11211(0.01)+1}$$

$$= \frac{11211}{113.11}$$

$$= 99,1$$

Dibulatkan menjadi 100. Sehingga jumlah sampel yang akan diteliti berjumlah 100 orang.

Metode Analisis

Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, Pendapat responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan disiplin kerja dan gaya kepemimpinan adalah sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik. Untuk lebih jelasnya dengan dari pendapat responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Pendapat Responden	Bobot
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Sedangkan untuk menghitung interval sebagai berikut :

- a. Skor terendah yang diperoleh dari 100 orang adalah 100 dengan asumsi bahwa semua responden memberi jawaban Sangat Tidak Baik (Skor 1).

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 100$$

$$= 100$$

- b. Skor tertinggi yang diperoleh dari 99 responden adalah 485 dengan asumsi bahwa semua responden memberikan jawaban Sangat Baik (Skor 5).

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 100$$

$$= 500$$

Rumus rentang skala

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana:

RS = Rentang Skala

n= Jumlah Sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$= 80$$

Maka dari rumus diatas didapat jarak interval adalah 80 dan kemudian akan disusun skala likert yang akan diterapkan dalam penelitian ini. Dengan pemikiran tentang skala likert yang dipakai untuk menganalisa data primer adalah

No	Interval	Keterangan
1.	100 – 180	Sangat Tidak Baik
2.	181 – 261	Tidak Baik
3.	262 – 341	Cukup Baik
4.	342 – 421	Baik
5.	422 – 501	Sangat Baik

sebagai berikut :

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji statistic non parametric. Berdasarkan parameternya statistik dibagi menjadi dua, yakni statistik Parametrik dan Non Parametrik, keduanya berbeda satu dengan yang lain dan memiliki kelebihan dan kekurangan. Statistik non parametrik adalah bagian dari statistik yang parameter populasinya tidak mengikuti suatu distribusi tertentu atau memiliki distribusi yang bebas persyaratan dan variannya tidak perlu homogen.

Analisis Regresi

Uji Regresi

Untuk mengetahui pengaruh antara gaya kepemimpinan terhadap disiplin kerja digunakan persamaan regresi sederhana dengan rumus (Syekh, 2011:94) sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

HASIL

Karakteristik Responden

Sebagai awal dari proses analisis dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL SEMAGI
KABUPATEN MUARA BUNGO**

karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.
Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	82	82,00
Perempuan	18	18,00
Jumlah	100	100

Sumber: Kuesioner (data diolah)

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat digambarkan bahwa dari 100 orang, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 82 orang atau 82,00%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 18 orang atau 18,00 %. Ini berarti responden laki-laki lebih banyak jumlahnya dibanding responden berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
≤ 20	5	5,00
20-30	22	22,00
30-40	27	27,00
≥ 40	46	46,00
Jumlah	100	100,00

Sumber: Kuesioner (data diolah)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui, usia responden terbanyak berada pada range usia ≥ 40 tahun, sebanyak 46 orang atau 46,00%. Berbeda tipis dengan range usia 30-40 tahun, yaitu sebanyak 27 orang atau 27,00%, dan range usia 20-30 tahun yang sebanyak 22 orang atau 22,00%. Sedangkan yang terendah berada pada range usia ≤ 20 tahun, yaitu 5 orang atau 5,00%.

3. Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini :
Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	6	6,00
TNI/POLRI	9	9,00
PNS	18	18,00
Swasta	54	54,00
Lainnya	13	13,00
Jumlah	100	100

Sumber: Kuesioner (data diolah)

Dari tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang bekerja di swasta adalah sebanyak 54 orang atau 54,00%, PNS sebanyak 18 orang atau 18,00%, TNI/POLRI sebanyak 9 orang atau 9,00%, Mahasiswa/Pelajar sebanyak 6 orang atau 6,00%, sedangkan pekerjaan lainnya adalah sebanyak 13 orang atau 13,00%.

Analisis dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap

Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL SEMAGI
KABUPATEN MUARA BUNGO**

pada Hotel Semagi Muara Bungo dilakukan dengan metode analisis regresi linier sederhana, dimana pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien masing-masing variabel yang menggambarkan bentuk pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan software SPSS windows Versi 17.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

SIMPULAN

Secara keseluruhan penilaian kualitas pelayanan yang ada di Hotel Semagi Muara Bungo masuk dalam kategori penilaian baik dengan nilai 341. Untuk penilaian keputusan menginap yang ada di Hotel Semagi Muara Bungo masuk dalam kategori penilaian cukup baik dengan nilai 327,25.

Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Dimana t_{hitung} 3,598 pada derajat keyakinan 95%. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap Hotel Semagi Muara Bungo adalah 11,7% sedangkan sisanya sebesar 88,3% ditentukan oleh faktor lain yang tidak ditentukan dalam penelitian ini.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap Hotel Semagi Muara Bungo dapat dituliskan dengan persamaan regresi linier yaitu $Y = 9,276 + 0,306 X$. Kualitas pelayanan yang ada sebesar 9,276 jika ditingkatkan 1 point maka keputusan menginap akan bertambah sebesar 0,306.

DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, Didit. 2013. **Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi**. Pena Semesta: Surabaya

Septisina. 2001. **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Bandung: Liberty

Tjiptono, Fandy. 2006. **Manajemen Pelayanan Jasa**. Yogyakarta: Andi

Kasmir. 2006. **Manajemen Perbankan**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Syekh, Sayid. 2011. **Pengantar Statistika Ekonomi dan Sosial**. Jakarta. Gaung Persada. Press.

_____. 2014. **Pengantar Ekonomi Manajemen**. Jakarta. Gaung Persada. Press.

Hasibuan, Malayu S.P. 2013. **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Bumi Aksara. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2001. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta. Erlangga

Zulmawan, Wawan. 2013. **Panduan Praktis Merger atau Akuisisi Perusahaan**. Jakarta. Permata Aksara.