

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Hotel dan Wisma di Kabupaten Pinrang

Suardi

Jurusan Hospitality, Politeknik Pariwisata Makassar, Kota Makassar

suardipoltekpar@gmail.com

ABSTRACT

This research is to find out and analyze the quality of service consisting of physical evidence, empathy, responsiveness, reliability and guarantee influence on the decision to choose a hotel and guesthouse in Pinrang Regency. To find out and analyze which quality of service is dominant which influences the decision to choose a hotel and guesthouse in Pinrang Regency. The study was conducted in Pinrang Regency with a population of 385 hotel/guesthouse/inn customers and determined a sample of 196 respondents based on the Slovin formula. Data from the questionnaire were analyzed using descriptive analysis and Multiple Linear Regression. The results of the study found that the quality of service consisting of physical evidence, empathy, responsiveness, reliability and guarantee influence the decision to choose a hotel and guesthouse in Pinrang Regency. The results of multiple linear regression analysis show that physical evidence, empathy and reliability have a positive and significant influence on customer choice decisions, while responsiveness and guarantees have a negative and not significant effect on customer choice decisions. This means that the decision to choose a hotel and a guesthouse is determined by the existence of physical evidence from a hotel or guesthouse that gives comfort to each hotel guest, shows an attitude of care (empathy) in serving hotel guests and the reliability of its employees who provide a fast and non-discriminatory service process.

KEYWORDS: *Service Quality, Physical Evidence, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance and Decision to Choose*

PENDAHULUAN

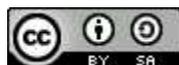
Pembangunan sektor pariwisata dan perhotelan merupakan pembangunan yang memberi kontribusi cukup besar pada penerimaan devisa negara dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Keberadaan industri jasa perhotelan merupakan sektor yang produktif untuk dikelola secara profesional sesuai dengan tingkat pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Adanya persaingan diantara para pengembang dan pengelola industri jasa perhotelan, memberikan banyak peluang untuk menjadikan hotel sebagai salah satu bentuk kegiatan usaha atau bisnis yang menjanjikan saat ini dan masa akan datang. Diketahui bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki banyak obyek wisata dan daerah wilayah yang luas, sehingga memudahkan setiap orang dapat berkunjung dari satu tempat ke tempat yang lain, yang merupakan prospektif yang menjanjikan bagi pengelola jasa industri hotel.

Industri jasa perhotelan merupakan salah satu bentuk industri jasa yang memiliki peranan dan fungsi yang sangat strategis seiring dengan terjadinya mobilitas masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain sehingga keberadaan hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal sementara atau tempat persinggahan orang yang berkunjung atau melakukan perjalanan jauh, tetapi lebih daripada itu, jasa industri perhotelan saat ini menjadi jasa yang memberikan pemenuhan kebutuhan rekreasi dan hiburan serta menjadi wadah untuk melakukan berbagai kegiatan-kegiatan bisnis.

Saat ini, fungsi industri jasa perhotelan telah dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal atau penginapan, tetapi menjadi tempat rumah makan, rekreasi, hiburan, olahraga, tempat pertemuan ilmiah dan berbagai fungsi-fungsi ganda lainnya yang berorientasi kepada peningkatan kualitas pengelolaan perhotelan yang handal, mandiri dan profesional dengan komitmen kiprah perhotelan yang menciptakan nuansa, suasana dan ketahanan untuk lebih lama tinggal atau menginap.

Dewasa ini, seiring dengan banyaknya persaingan dalam merebut segmentasi, positioning dan target pemasaran jasa industri perhotelan yang menjadikan pelanggan sebagai fokus utama di dalam eksis suatu hotel dalam menjalankan visi, misi, tujuan dan strategi pemasaran yang akan dicapai. Jasa industri perhotelan



dewasa ini mengalami kelesuan dalam meningkatkan pendapatan jumlah pelanggan (*omzet of customer*) dalam menawarkan berbagai produk atau jasa perhotelan yang diminati oleh pelanggan.

Berdasarkan lingkungan eksternal dan internal jasa perhotelan, secara langsung atau tidak langsung, setiap pengelola jasa industri perhotelan diperhadapkan oleh adanya kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh jasa industri perhotelan itu sendiri dan adanya peluang serta ancaman yang berasal dari para pelanggan, pesaing dan lingkungan bisnis yang membaaur dalam pengelolaan jasa industri perhotelan.

Menyikapi hal tersebut, maka setiap jasa industri perhotelan saat ini mengelola dan memanaj industri jasa tersebut berorientasi kepada peningkatan pendapatan. Pendapatan yang tinggi yang diperoleh oleh pihak manajemen pengelola perhotelan, otomatis akan menunjukkan bahwa penerapan manajemen pemasaran jasa industri perhotelan tersebut telah dikelola dengan baik. Dalam hal ini pihak hotel harus mampu menangkap peluang bisnis yang menguntungkan, sehingga dituntut untuk mampu menyediakan ruang kamar yang menyenangkan, memberikan rasa betah, nuansa hotel yang apik dan unik serta ketersediaan sumber daya manusia dalam hal ini karyawan yang siap untuk melayani memenuhi kepuasan tamu termasuk wisatawan. Berikut ditunjukkan ketersediaan hotel yang ada di Kabupaten Pinrang yang terdaftar pada Asosiasi Perhotelan pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Perkembangan Akomodasi Hotel di Kabupaten Pinrang Tahun 2012-2016

Tahun	Hote 1	Pertum buhan (%)	Kamar	Pertumbuhan (%)
2012	8	0.00	183	0.00
2013	8	0.00	183	0.00
2014	10	45.45	283	21.10
2015	15	18.18	396	23.84
2016	19	36.36	657	55.06

Sumber: Asosiasi Perhotelan, 2017

Data ini menunjukkan bahwa perkembangan hotel di Kabupaten Pinrang *signifikan fluktuatif* di dalam memberikan kontribusi pada sektor pariwisata, termasuk dalam memberikan retribusi pemasukan pemerintah daerah yang bersumber dari pajak hotel. Karenanya pihak hotel berupaya untuk terus meningkatkan pengembangan kompetensi karyawannya.

Pengelolaan jasa industri perhotelan yang baik akan dapat eksis dan *survive* apabila mampu memperbaiki dan mengatasi faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan jasa industri perhotelan, sehingga sebuah hotel dapat berkiprah menghadapi berbagai persaingan dan tuntutan pemenuhan kebutuhan pelanggan terhadap berbagai bentuk-bentuk strategi pemasaran yang ditawarkan kepada pelanggan.

Pelanggan dalam memutuskan penggunaan jasa hotel umumnya memiliki pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelayanan sebuah hotel, sehingga apabila pelanggan memperoleh kepuasan dalam menerima bentuk-bentuk pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, secara langsung atau tidak langsung pelanggan akan memberikan loyalitas dan kesetiiaannya untuk terus menjadi pelanggan jasa hotel yang setia.

Keberadaan hotel di Kabupaten Pinrang yang menunjukkan fenomena dari bentuk-bentuk kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan agar pelanggan (tamu hotel) memutuskan menggunakan jasa hotel terdiri dari fenomena pelayanan bukti fisik (*tangible*), yaitu terlihat dari ketersediaan sarana dan prasarana yang masih perlu dilegkapi dengan melakukan perbaikan interior ruangan agar lebih menarik dan nyaman, tempat parkir yang luas, tata letak interior hotel yang rapi, kebersihan dan kerapihan karyawan serta pelayanan hotel lainnya.

Fenomena dari pelayanan empati (*empathy*) yaitu masih terdapat karyawan yang belum menunjukkan sikap kepedulian dalam melayani pelanggan, kurang perhatian dan menunjukkan sikap yang acuh tak acuh, yang seharusnya karyawan harus menunjukkan kemampupahaman kepada pelanggan sebagai bentuk perhatian dalam memberikan pelayanan.

Pelayanan kehandalan (*reliability*) yaitu karyawan belum seluruhnya mampu bekerja secara cepat dan tepat dalam proses pelayanan dan terkadang masih memberikan pelayanan pilih kasih (diskriminan), dan kurang serius dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Fenomena pelayanan yang responsif (*responsiveness*), yaitu karyawan dalam memberikan pelayanan masih kurang menyadari pentingnya pelayanan yang menyenangkan dan ketangkasan dalam bekerja sesuai

dengan penguasaan bidang profesi kerja yang memberikan respon yang positif dengan imej yang menyenangkan, masih kurang sesuai tingkat pemahaman dan tindak lanjut dalam merespon pelayanan yang diterima berupa pelayanan yang ramah, sopan, jujur dan terampil melayani keluhan pelanggan.

Selanjutnya fenomena pelayanan jaminan (*assurance*) yaitu karyawan masih kurang memiliki komitmen dalam memenuhi harapan pelanggan, di mana para karyawan yang bertugas belum mampu mengatasi keluhan atas pelayanan yang diselesaikan tepat waktu, masih terkesan lambat dan kurang sesuai dengan prosedur pelayanan.

Berdasarkan fenomena di atas, menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk memerhatikan kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pelanggan menggunakan jasa hotel. Perusahaan berupaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan memahami kebutuhan pelanggan atas pelayanan hotel yang berkualitas, memberikan informasi layanan yang maksimal, memberikan pertimbangan kepada pelanggan atas jenis layanan yang disediakan di hotel dan mengarahkan pelanggan mengambil keputusan yang tepat dan logis untuk memilih hotel untuk menginap.

Kesenjangan ini menjadi pertimbangan untuk diperbandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi untuk memperkuat temuan, keterbatasan dan rekomendasi hasil penelitian sebelumnya seperti yang telah dilakukan oleh Asdi (2010), Sukriani (2009) dan Ade Kusumawardhani (2009) yang juga meneliti tentang kualitas pelayanan dan keputusan memilih yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, besar populasi dan sampel yang diteliti serta hasil penelitian yang diperoleh walaupun sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik memilih judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih Hotel dan Wisma di Kabupaten Pinrang".

KAJIAN TEORI

Landasan Aturan Perhotelan

Landasan aturan perhotelan ini mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang

Keperawatan, Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata, Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.86/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Penyediaan Akomodasi dan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel.

Landasan aturan ini merupakan sebuah pertimbangan dalam menerapkan sebuah aturan bidang pariwisata yang di dalamnya menyangkut perhotelan sebagai akomodasi yang menunjang perkembangan dunia usaha perhotelan yang menjadi bagian dari usaha pariwisata yang semakin pesat, menuntut penyediaan jasa akomodasi yang memenuhi standar usaha.

Konsep Perhotelan

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Grolier (1995) menyebutkan bahwa Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum.

Selanjutnya dijelaskan oleh United State Lodging Industri bahwa, yang utama hotel terbagi menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu : 1) transient hotel, adalah hotel yang letak / lokasinya ditengah kota dengan jenis tamu yang menginap sebagian besar adalah untuk urusan bisnis dan turis; 2) residential hotel, adalah hotel yang pada dasarnya merupakan rumah-rumah berbentuk apartemen dengan kamar-kamarnya dan disewakan secara bulanan atau tahunan. Residential Hotel juga menyediakan kemudahan-kemudahan, seperti : layaknya hotel, seperti : restoran, pelayanan makanan yang diantar ke kamar, dan pelayanan kebersihan kamar; dan 3) resort hotel, adalah hotel yang pada umumnya berlokasi dan juga ruang serta fasilitas konfrensi untuk tamu-tamunya.

Mengacu pada pengertian-pengertian tersebut di atas, dan untuk penggolongan hotel di Indonesia, pemerintah menurunkan peraturan yang dituangkan dalam surat keputusan Menparpostel, bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.



Konsep Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan keputusan memilih dari masyarakat yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Parasuraman (2001:26) mengemukakan konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan keputusan memilih ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan "TERRA" (*tangible, empathy, responsiveness, reliability* dan *assurance*). Konsep kualitas pelayanan TERRA intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

Inti dari konsep kualitas pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, sesuai empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan yang memuaskan berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) yang sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) serta adanya jaminan (*assurance*) pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh petugas sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001:32).

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan keputusan memilih. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, *performance* pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan

dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama.

Artinya setiap bentuk pelayanan yang diberikan kepada orang yang dilayani diperlukan adanya empati terhadap berbagai masalah yang dihadapi orang yang membutuhkan pelayanan. Pihak yang menginginkan pelayanan membutuhkan adanya rasa kepedulian atas segala bentuk pengurusan pelayanan, dengan merasakan dan memahami kebutuhan tuntutan pelayanan yang cepat, mengerti berbagai bentuk perubahan pelayanan yang menyebabkan adanya keluhan dari bentuk pelayanan yang harus dihindari, sehingga pelayanan tersebut berjalan sesuai dengan aktivitas yang diinginkan oleh pemberi pelayanan dan yang membutuhkan pelayanan.

Setiap petugas dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari petugas untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001:52).

Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Seyogyanya pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai

alternatif kemudahan untuk mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan dari orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap petugas diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001:48).

Tuntutan kehandalan petugas dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja petugas dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap petugas dalam memberikan pelayanannya.

Inti pelayanan kehandalan adalah setiap petugas memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu petugas memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya (Parasuraman, 2001:101).

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari petugas yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001:69).

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh petugas sangat ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa petugas tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada keputusan memilih pelayanan yang diterima. Selain dari

performance tersebut, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap petugas memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap petugas yang memiliki perilaku kepribadian (*personality behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda petugas yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2009:201).

Konsep Keputusan Memilih Produk/Jasa

Definisi pengambilan keputusan menurut Cahyono (2003:263) yaitu melakukan suatu tindakan yang tepat dalam memutuskan suatu perihal yang berkaitan dengan keinginan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Pada dasarnya, setiap pelanggan mengambil suatu keputusan memilih sesuatu tidak lepas dari tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan, strategi multidimensional dan pengadopsian produk mencakup: (1) pemenuhan kebutuhan produk, (2) keaktifan dalam mencari produk, (3) pertimbangan secara sadar dan (4) keputusan yang tepat.

Menurut Ghurgen (2002:157) dalam memasarkan suatu produk pada strategi pemasaran senantiasa bertumpu kepada pengambilan keputusan memilih yang dimiliki oleh pelanggan. Esensi pengambilan keputusan pelanggan dipengaruhi oleh empat hal yaitu kebutuhan produk/jasa untuk tempat tinggal, mencari informasi produk/jasa yang ideal untuk dibeli, mempertimbangkan aspek-aspek lingkungan yang mempengaruhi dan memutuskan pilihan secara tepat (logis dan rasional).

Keputusan memilih dalam berbagai pandangan para ahli, secara eksplisit memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasan atas produk yang digunakannya. Tjiptono (2002:118) definisi mengenai keputusan memilih, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu: pertama, tingkat penjualan yang ingin dicapai, kedua, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan ketiga, adalah keuntungan atas penjualan.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: 1) kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, empati,

daya tanggap, kehandalan dan jaminan berpengaruh terhadap keputusan memilih hotel di Kabupaten Pinrang; dan 2) di antara kualitas pelayanan tersebut, bukti fisik yang dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih hotel di Kabupaten Pinrang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dan tujuan yang hendak dicapai serta menguji hipotesis. Pendekatan penelitian adalah penelitian kuantitatif. Tempat penelitian dilaksanakan di Kabupaten Pinrang, dengan obyek penelitian pada beberapa hotel. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan bahwa peneliti mudah memperoleh data penelitian baik yang bersifat data primer maupun data sekunder. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang memilih layanan hotel di Kabupaten Pinrang pada April – Mei 2014 sebanyak 230 orang. Sampel ditetapkan menggunakan Slovin diperoleh sebanyak 196 responden. Jenis data adalah kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis uji *validity* dan *reliability* variabel penelitian menggunakan program SPSS 10.0 menunjukkan bahwa pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen penelitian yang digunakan tersebut akurat dan dapat dipercaya, serta dapat diandalkan apabila digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data.

Melakukan pengujian validitas suatu instrumen kuesioner dapat digunakan metode statistik SPSS. Hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil bahwa pada umumnya rata-rata instrumen kuesioner sangat valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *r product moment* lebih besar dari 0.170 (positif). Ketentuan validitas suatu instrumen telah memenuhi syarat minimal sebesar 0.170 sebagai suatu instrumen yang dianggap valid. Untuk jelasnya, ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel uji validitas.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Validitas

Instrumen Penelitian	Pearson Correlation	r Product Moment r tabel	Keterangan
Y11	0.790	0.170	Valid
Y12	0.794	0.170	Valid
Y13	0.719	0.170	Valid
Y14	0.654	0.170	Valid
X11	0.828	0.170	Valid
X12	0.796	0.170	Valid
X13	0.888	0.170	Valid
X21	0.792	0.170	Valid
X22	0.885	0.170	Valid
X23	0.861	0.170	Valid
X31	0.714	0.170	Valid
X32	0.746	0.170	Valid
X33	0.810	0.170	Valid
X41	0.848	0.170	Valid
X42	0.861	0.170	Valid
X43	0.831	0.170	Valid
X51	0.771	0.170	Valid
X52	0.848	0.170	Valid
X53	0.805	0.170	Valid

Sumber: Data setelah diolah

Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Koefisien Reliabilitas (*Cronbach Alpha*). Hasil uji reliabilitas instrumen kuesioner sebagaimana yang terdapat dalam lampiran dapat disimpulkan dalam Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y11	75,46	31,727	,498	,537	,764
y12	75,44	32,053	,469	,524	,766
y13	75,78	30,124	,474	,375	,762
y14	75,16	32,524	,279	,400	,777
x11	75,08	32,793	,242	,545	,780
x12	75,09	31,797	,398	,550	,769
x13	75,10	31,149	,381	,545	,770
x21	75,36	32,313	,408	,521	,769
x22	75,28	31,749	,485	,662	,765
x23	75,56	30,730	,455	,606	,764
x31	75,33	33,790	,158	,230	,784

x32	75,03	33,235	,244	,409	,779
x33	75,37	33,198	,167	,338	,786
x41	75,25	32,168	,402	,592	,769
x42	75,20	32,242	,352	,560	,772
x43	75,26	32,491	,257	,481	,779
x51	75,13	32,485	,355	,469	,772
x52	75,17	31,700	,452	,556	,766
x53	75,51	32,005	,315	,452	,775

Sumber: Data setelah diolah

Berdasarkan Tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa nilai alpha instrumen penelitian pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai yang diisyaratkan, yaitu sebesar 0.60 atau lebih besar dari 0.60. Dengan demikian, keseluruhan instrumen kuesioner dalam penelitian ini adalah *reliable* (dapat dipercaya) karena telah memenuhi syarat minimal.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan, digunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk menelaah pembuktian analisis kuantitatif.

Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variasi dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan menggunakan model regresi penuh (*Full Model Regression*) diperoleh dengan nilai koefisien regresi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang.

Tabel 4. Rangkuman Hasil Uji-F Analisis Regresi Berganda (Full Model Regression)

Vari able Regr esi	Koefi sien Regr esi	R	R Square	F- ratio	F- table	Sig.	Kons tanta (Y)
X ₁	0.462	0.6 44	0.415	26.961	2.31	0.000	1.601
X ₂	0.208						
X ₃	-						
X ₄	0.007						
X ₅	0.225						
	-						
	0.001						

Sumber : Lampiran Regresi

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS menggunakan *Full Model Regression* diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.601 + 0.462X_1 + 0.208X_2 - 0.007X_3 + 0.225X_4 - 0.001X_5$$

Persamaan regresi terdapat nilai β_0 atau nilai konstanta sebesar 1.601. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independent seluruhnya dianggap bernilai 0, maka keputusan memilih dari pelanggan (Y) adalah sebesar 1.601. Hal ini adalah indikasi dari pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang.

Selain itu persamaan regresi linier berganda di atas, terdapat nilai koefisien regresi variabel bebas X adalah positif. Nilai koefisien X yang positif artinya apabila terjadi perubahan pada variabel X, akan menyebabkan perubahan secara searah pada variabel Y.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka: 1) bukti fisik (X₁) dari kualitas pelayanan diberikan sesuai dengan ketersediaan peralatan yang modern, perlengkapan yang lengkap dan tenaga staf yang menguasai bidang tugasnya, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan dari pelanggan; 2) empati (X₂) dari kualitas pelayanan diberikan sesuai dengan ramah dalam melayani, mampu memberikan informasi dan menjaga keamanan/ kenyamanan setiap pelanggan hotel, yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan dari pelanggan; 3) daya tanggap (X₃) dari kualitas pelayanan belum sesuai dengan pelayanan yang menyenangkan, kecakapan dalam pelayanan, menciptakan respon yang positif, sehingga memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan dari pelanggan; 4) kehandalan (X₄) dari kualitas pelayanan diberikan sesuai dengan proses pelayanan yang cepat, tidak pilih kasih dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan, yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan dari pelanggan; dan 5) jaminan (X₅) dari kualitas pelayanan belum sesuai dengan jaminan keamanan hotel, jaminan profesionalisme kerja petugas dan jaminan kenyamanan yang tercipta selama pelanggan menginap, sehingga memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang.

wisma/penginapan dari pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan ditentukan oleh bukti fisik, empati dan kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang, sementara daya tanggap dan jaminan memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan.

Analisis dari uji F ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis penelitian yaitu “kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan dan jaminan berpengaruh terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang”. Uji statistik F atau uji signifikansi simultan, pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen Y. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} pada taraf nyata $\alpha = 0,05$. Uji F mempunyai pengaruh signifikan apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ($P < 0,05$).

Hasil perhitungan analisis *Full Model Regression* dengan bantuan program SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 26.961 dengan tingkat probabilitas 0.000 (signifikan). Sedangkan F_{tabel} sebesar 2.31 dengan demikian maka F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($26.961 > 2.31$) dan juga probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, berarti bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima kebenarannya.

Selanjutnya hasil perhitungan regresi untuk nilai R (koefisien korelasi) untuk melihat pengaruh simultan dan nilai R^2 (koefisien determinan) untuk melihat pengaruh parsial variabel-variabel yang diteliti. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) = 0.644 berarti bahwa variabel independen kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan memilih hotel, setelah dipersentasekan diperoleh hasil sebesar 64.4%, dan sisanya sebesar 35.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Besarnya pengaruh variabel independen (lima variabel) tersebut dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinan (R^2). Nilai koefisien determinan sesuai hasil perhitungan regresi linier adalah $R^2 = 0.415$ atau 41.5%. menunjukkan pengaruh yang lemah. Ini berarti variabel-variabel independen yang terdiri atas bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan dan jaminan

secara bersama-sama hanya mempengaruhi variabel dependen sebesar 41.5%, sedangkan sisanya sebesar 58.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam model.

Selanjutnya uji t untuk menguji kemaknaan atau keberartian koefisien regresi partial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata $\alpha = 0.05$. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($p < 0.05$). Lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 5 disajikan hasil perhitungan uji t dan koefisien korelasi partialnya sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji Student (Uji-t)

Varia bel Regre si	Koefisi en Regresi	t- hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
X ₁	0.462	10.217	1.98	0.000	Signifikan
X ₂	0.208	2.895	1.98	0.042	Tidak
X ₃	-0.007	-0.120	1.98	0.905	Signifikan
X ₄	0.225	4.330	1.98	0.000	Signifikan
X ₅	-0.001	-0.026	1.98	0.979	Tidak
					Signifikan

Sumber: Lampiran Regresi

Hasil pengujian variabel independen kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan dan jaminan berpengaruh terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang adalah sebagai berikut: 1) variabel bukti fisik (X_1) menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.462 dengan t-hitung = 10.217 dan t-tabel = 1.98 maka t-hitung > t-tabel, yang berarti memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat Sig. = 0.000; 2) variabel empati (X_2) menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.208 dengan t-hitung = 2.895 dan t-tabel = 1.98 maka t-hitung > t-tabel, yang berarti memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat Sig. = 0.042; 3) variabel daya tanggap (X_3) menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar -0.007 dengan t-hitung = -0.120 dan t-tabel = 1.98 maka t-hitung < t-tabel, yang berarti memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan dengan tingkat Sig. = 0.905; 4) variabel kehandalan (X_4) menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.225 dengan t-hitung = 4.330 dan t-tabel = 1.98 maka t-hitung > t-tabel, yang berarti memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat Sig. = 0.000; dan 5) variabel jaminan (X_5) menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar -0.001 dengan t-hitung = -0.026 dan t-tabel = 1.98 maka t-

hitung < t-tabel, yang berarti memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan dengan tingkat Sig. = 0.979.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan dan signifikan terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan adalah bukti fisik (X_1) sesuai dengan nilai B yaitu 0.462, dengan demikian hipotesis kedua diterima yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukti fisik yang menentukan bagi pelanggan untuk mengambil keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang.

KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka kesimpulan penelitian ini yaitu: 1) kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan dan jaminan berpengaruh terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa bukti fisik, empati dan kehandalan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih dari pelanggan, sementara daya tanggap dan jaminan memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih dari pelanggan. Ini berarti keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan ditentukan oleh keberadaan bukti fisik dari sebuah hotel dan wisma/penginapan yang memberikan kenyamanan kepada setiap tamu hotel, menunjukkan sikap kepedulian (empati) dalam melayani tamu hotel dan kehandalan dari para karyawannya yang memberikan proses pelayanan yang cepat dan tidak diskriminatif; dan 2) di antara kualitas pelayanan tersebut, bukti fisik yang dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan di Kabupaten Pinrang.

Diketahui bahwa keputusan memilih hotel dan wisma/penginapan dari pelanggan sebagai tindakan pemilihan dari pelanggan yang memutuskan untuk menginap karena hotel dan wisma/penginapan yang menjadi pilihan dapat memenuhi kebutuhan akan keamanan dan kenyamanan. Selain itu pelanggan juga aktif mencari informasi mengenai keberadaan bukti fisik atau fasilitas yang memberikan kepuasan bagi pelanggan serta dengan pertimbangan yang sadar dapat mengambil keputusan tepat yang logis dan rasional untuk menginap di hotel atau wisma/penginapan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Kusumawardani, 2009. *Analisis Kualitas*

Pelayanan terhadap Keputusan Memilih Produk Herbal Makassar. Skripsi (Tidak Dipublikasikan).

Asdi, 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Jasa Rumah Sakit Undata Palu*. Tesis (Tidak Dipublikasikan).

Cahyono, 2003. *Pemasaran, Pemasar dan Pelanggan*. Penerbit Pustakajaya, Jakarta.

Ghurgen, Jacob, 2002. *Marketing and Market Decision Making*. Published by John Wiley and Sons, New York.

Grolier, Michael, 1995. *Perceived Service Quality Model*. Published Ohio University Press, California.

Margaretha, 2009. *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.

Parasuraman, A. Valerie, 2001. *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York. (Diterjemahkan oleh Sutanto).

Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata.

Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor:PM.86/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Penyediaan Akomodasi.

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia NomorPM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel.

Sukriani, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik terhadap Keputusan Memilih Hotel Quality Makassar*. Tesis (Tidak Dipublikasikan).

Tjiptono, Fhandy, 2002. *Strategi Pemasaran*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

