

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL ZOOM KOTA SAMARINDA SELAMA PANDEMIC COVID – 19

Silva Humaira<sup>1</sup>, Mardiana<sup>2</sup> dan Sunarto<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

Email : [silvahumaira2496@gmail.com](mailto:silvahumaira2496@gmail.com)

---

## **Keywords :**

*Service Quality and Customer Satisfaction.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze service quality consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy for customer satisfaction at Zoom Hotel Samarinda during the Covid-19 Pandemic.*

*The grand theory used is marketing management consisting of services, consumer behavior, service quality (physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy) and customer satisfaction.*

*The data collection used is distributing online questionnaires to respondents at the Zoom Hotel Samarinda. The population in the study is unknown with the number of samples obtained by 108 samples, the sampling method in this study is non-probability sampling with an purposive sampling technique or determinate characteristics of respondents. The analytical tool used in this research is multiple linear regression (t, f test, coefficient of determination R<sup>2</sup> and correlation R).*

*The results of the research on the t-test state that partially physical evidence, reliability and empathy have a significant effect on customer satisfaction at Zoom Hotel Samarinda during the covid -19 pandemic, while responsiveness and assurance have no significant effect on customer satisfaction. Furthermore, the f test states that simultaneously (simultaneously) all independent variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction at Zoom Hotel Samarinda during the covid -19 pandemic.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis perhotelan di Indonesia mengalami penurunan dimulai awal tahun 2020 sampai dengan tahun 2021. Hal ini dikarenakan sejumlah Negara dan Indonesia tengah mengalami masa *Pandemic Covid – 19* secara *global*. Berdasarkan hasil *survei* pada *website* [www.allianz.co.id](http://www.allianz.co.id) yang menyatakan bahwa tanggal 11 Maret 2020 lalu, *World Health Organization* (WHO) sudah mengumumkan status pandemi *global* untuk penyakit virus *corona* 2019 atau yang juga disebut *corona virus disease* 2019 (*Covid-19*). Dalam istilah kesehatan, pandemi merupakan kejadian wabah pada suatu penyakit yang menyerang banyak korban secara serempak di berbagai Negara termasuk Indonesia. Sementara, itu kasus *Covid-19*, badan

kesehatan dunia WHO menetapkan penyakit ini sebagai pandemi karena seluruh warga dunia berpotensi terkena infeksi penyakit *Covid-19*.

Permasalahan *Covid-19* merupakan krisis global yang menghantam ke semua sektor industri secara menyeluruh, khususnya sektor hotel. Tingkat hunian okupansi hotel rata-rata seluruh anggota PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) secara nasional turun di bawah 9 persen, kondisi ini jelas sangat mematikan jalannya operasional industri perhotelan dikutip [www.sapos.co.id](http://www.sapos.co.id). Sektor perhotelan termasuk yang paling parah terkena dampak pandemi *Covid-19*, satu persatu hotel yang di Indonesia tutup sementara dan para karyawan pun dirumahkan, sebagian besar terjadi Provinsi Bali, Jabar, DKI Jakarta, Manado, Sumut, Sumbang, Kaltim dan sebagainya.

Pembatasan sosial pada daerah Zona Merah yaitu pada sektor perhotelan, UMKM dan *Retail*, sedangkan pada tingkat hunian kamar pada Hotel – hotel bintang di Kalimantan Timur di bulan Maret 2020 menurun dan 21 Hotel ditutup sementara, akibatnya Hotel kehilangan pendapatan dan sebagian pekerja pun dirumahkan atau PHK. Serangan dari *pandemic covid – 19* ini, membuat pihak manajemen Hotel – Hotel di kota Samarinda terpukul, dengan menurunnya tingkat hunian dan pendapatan di tahun 2020 dan termasuk Hotel Zoom Samarinda.

Hotel Zoom Samarinda adalah hotel berjenis akomodasi yang menyediakan fasilitas, pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa – jasa lain untuk umum atau pribadi yang bersifat sementara dan dikelola secara profesional. Hotel Zoom Samarinda termasuk ke dalam golongan Hotel berbintang tiga, berlokasi di jalan Mulawarman No. 38 Samarinda Selain hal itu, Hotel Zoom Samarinda menawarkan teknologi, layanan, lingkungan, dan fasilitas yang dibutuhkan para pelanggan untuk mengoptimalkan masa tinggal mereka. Serta, Pilihannya jenis kamar yang banyak, dan harga sudah termasuk pajak serta keunikan Hotel Zoom sendiri memiliki Gaya cerdas yang intuitif, kemudahan dan kenyamanan dalam semuanya agenda dan, tentu saja, layanan tanpa batas akan diberikan kepada tamu.

Fenomena masalah selama *Pandemic Covid – 19* yaitu pemesanan dan pembayaran hotel dilakukan secara *online*, pelayanan kamar serta minibar dibatasi jam operasionalnya, selain itu, pada saat memasuki lobi Hotel tubuh pelanggan akan dicek secara intensif seperti suhu tubuh, memberikan *hand sanitizer* lalu mewajibkan penggunaan masker medis dan memberi jarak 1 meter antara pelanggan ke pelanggan lainnya. selanjutnya, hotel akan membatasi diskon atau potongan harga pada hari tertentu dan mewajibkan pelanggan yang datang dari luar Provinsi atau Luar Daerah menunjukkan Surat *Rapid Test* atau *Antigen* dengan hasil *Negatif*. Maka, adanya aturan baru tersebut pelanggan harus mengikuti panduan atau protokol kesehatan yang diterapkan oleh Pihak Hotel Zoom Samarinda demi kepentingan bersama.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk kegiatan atau aktivitas yang diberikan oleh Pihak Hotel Zoom Samarinda kepada pelanggan selama *Pandemic Covid – 19* dengan memenuhi kebutuhan dan harapan. Dalam hal ini diartikan sebagai penyedia layanan jasa yang disampaikan oleh Pihak Hotel Zoom Samarinda berupa Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan selama *Pandemic Covid – 19*.

Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur pelanggan Hotel Zoom Samarinda, dalam merasakan pelayanan selama *Pandemic Covid – 19* dengan didasari Kualitas Pelayanan terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati, yang apakah dinilai sudah terlaksana dan maksimal dalam menerapkan protokol kesehatan bagi pelanggan.

### **Hipotesis :**

1. Variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid – 19*.

2. Variabel keandalan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid* – 19.
3. Variabel ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid* – 19.
4. Variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid* – 19.
5. Variabel empati berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid* – 19.
6. Variabel kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid* – 19.

Manajemen Pemasaran menurut Suparyanto & Rosad (2015:1), adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran jasa menurut Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2011:236), Janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategik diketahui sebagai *service triangle* yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*.

Perilaku konsumen menurut Setiadi (2015:2), adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012:59), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2015:148), mengatakan bahwa indikator kualitas pelayanan untuk mengevaluasi sekaligus sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu, sebagai berikut :

1. Bukti Fisik  
Kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan  
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan dalam ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan  
Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan  
Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Empati  
Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Perusahaan

diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan Pelanggan menurut Jasfar (2012:19), merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.

## METODE

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Hotel Zoom Samarinda yang dijalan Mulawarman No.38, Pelabuhan, Kec. Samarinda Kota, Kota Samarinda, Kalimantan Timur dan waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2021, dalam mengumpulkan data penelitian penulis memberikan kuesioner kepada responden atau Pelanggan Hotel Zoom Samarinda secara *online* dari situs *google forms*, jumlah populasi tidak diketahui artinya populasi pelanggan yang menginap di Hotel Zoom Samarinda tidak diketahui (*infinite*). Pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* karena teknik tersebut menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu dan jumlah sampel yang didapat sebesar 108 responden.

### 1. Definisi Operasional :

1. X<sub>1</sub> Bukti Fisik adalah kemampuan pra sarana dan fasilitas Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*. Variabel ini diukur dengan indikator :
  - a. Memberitahukan Informasi batasan jarak.
  - b. Fasilitas seperti *Hand Sanitizer*, Termometer, *Hand Wash* dan tempat cuci tangan.
  - c. Kelengkapan atribut atau peringatan
2. X<sub>2</sub> Keandalan adalah sistem layanan Hotel Zoom Samarinda, yang dalam artian apakah Hotel Zoom Samarinda memberikan pelayanan sesuai protokol kesehatan selama *pandemic covid – 19*. Variabel ini diukur dengan indikator :
  - a. Ketepatan melayani pelanggan.
  - b. Konsisten melayani pelanggan.
  - c. Kesesuaian melayani pelanggan.
3. X<sub>3</sub> Ketanggapan adalah keinginan membantu pelanggan atau calon konsumen yang menggunakan jasa bermalam pada Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid – 19*,. Variabel ini diukur dengan indikator :
  - a. Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan.
  - b. Kesigapan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan.
  - c. Informatif dalam menerapkan Aturan.
4. X<sub>4</sub> Jaminan adalah sistem layanan dengan memberikan jaminan keamanan dan kemampuan dalam hal, karyawan Hotel Zoom Samarinda dalam memberikan tata - cara protokol kesehatan selama *pandemic covid -19*. Variabel ini diukur dengan indikator :
  - a. Mampu menyakinkan pelanggan aman dari penularan *covid – 19*.
  - b. Melakukan kegiatan pembersihan kamar.
  - c. Pelayanan protokol kesehatan sesuai standar.
5. X<sub>5</sub> Empati adalah sikap tegas akan tetapi penuh perhatian dari karyawan hotel Zoom Samarinda terhadap pelanggan atau calon konsumen yang terdampak *covid – 19* pada saat menggunakan jasa layanan Hotel. Variabel ini diukur dengan indikator :
  - a. Kemudahan dalam menangani pelanggan.
  - b. Menempatkan pelayanan bagi pelanggan.
  - c. Kesopanan karyawan.
6. Y Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau calon konsumen Hotel Zoom Samarinda dalam menggunakan layanan jasa selama *pandemic covid -19* yang

setelah itu membandingkan dan memberikan hasil yang dirasakan dengan harapan puas. Variabel ini diukur dengan indikator :

- a. Rasa puas dalam pelayanan.
- b. Merekomendasikan Hotel Zoom Samarinda pada Kolega atau Keluarga.
- c. Memberikan kesan positif dalam menerapkan aturan.

## 2. Alat Analisis (Regresi Linier Berganda) :

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan terdiri Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati. Variabel – variabel tersebut dapat disusun dalam menggunakan rumus Sugiyono (2016:211), sebagai berikut :

Diketahui :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

Y	= Kepuasan Pelanggan
$\alpha$	= Konstansta
X <sub>1</sub>	= Bukti Fisik
X <sub>2</sub>	= Keandalan
X <sub>3</sub>	= Ketanggapan
X <sub>4</sub>	= Jaminan
X <sub>5</sub>	= Empati
$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$	= Koefisien masing – masing variabel

### a. Uji t

Menurut Ghazali (2013:97), bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun syarat nya, apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih besar dibandingkan nilai  $t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima. Sedangkan, nilai statistik t hasil perhitungan lebih kecil dibandingkan nilai  $t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

### b. Uji f

Menurut Ghazali (2013: 96), mengatakan bahwa uji F digunakan untuk menguji *joint* hipotesis bahwa  $b_1, b_2,$  dan  $b_3$  secara simultan sama dengan nol. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria  $\cdot$ . Bila nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima. Sedangkan, nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil daripada nilai  $F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

### c. Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Semakin besar variabel bebas nilai  $R^2$ , maka semakin besar pengaruh antara variabel yang tidak bebas dengan variabel bebas.  $R^2$  ini mempunyai jangkauan antara 0 dan 1, semakin dekat ke satu semakin besar proporsi variabel bebas tersebut menjelaskan variabel tidak bebas. Rumus koefisien determinasi yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:150), yaitu :

$$R^2 = \frac{SSR}{Total SS}$$

Dimana :

SSR = *Sum Of Squares Regression*

Total SS = *Total Sum Of Squares*

### d. Uji Korelasi R

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), menurut Sugiyono (2016:148), perhitungan ini dapat dinyatakan dengan rumus :

$$R = \sqrt{\frac{b_1 \Sigma_{x_1 y} - b_2 \Sigma_{x_2 y} - b_3 \Sigma_{x_3 y}}{\Sigma y^2}}$$

Selanjutnya, untuk mengetahui tingkat hubungan dapat digunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 1 : Interpretasi Hasil Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,01 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Sugiyono (2016:149))

## HASIL PENELITIAN

**Tabel 2 : Hasil Persamaan Regresi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,338	1,197		,282	,778
	X1_Bukti_Fisik	,347	,099	,297	3,522	,001
	X2_Keandalan	,217	,082	,213	2,637	,010
	X3_Ketanggapan	,082	,089	,085	,921	,359
	X4_Jaminan	,062	,091	,060	,686	,494
	X5_Empati	,275	,081	,302	3,391	,001

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Pelanggan

(Sumber : *Output*, SPSS 2021)

Diketahui:

$$Y = 0,338 + 0,347 X_1 + 0,217 X_2 + 0,082 X_3 + 0,062 X_4 + 0,275 X_5$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

$\alpha$  = 0,338

X<sub>1</sub> = 0,347

X<sub>2</sub> = 0,217

X<sub>3</sub> = 0,082

X<sub>4</sub> = 0,062

X<sub>5</sub> = 0,275

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien masing – masing variabel

Model regresi tersebut diperoleh nilai persamaan antar masing – masing variabel bebas dalam regresi linier berganda. Yaitu sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 0,338 didapat dari hasil analisa data dalam *output* SPSS yang dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel Bukti Fisik X<sub>1</sub> memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Y. Maka, setiap kenaikan satu variabel bukti fisik akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan memberikan kontribusi sebesar 34,7 %.

3. Variabel Keandalan  $X_2$  memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Y. Maka, setiap kenaikan satu variabel keandalan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid - 19* dengan memberikan kontribusi sebesar 21,7 %.
4. Variabel Ketanggapan  $X_3$  memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Y. Maka, setiap kenaikan satu variabel ketanggapan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggandengan memberikan kontribusi hanya 8,2 %.
5. Variabel Jaminan  $X_4$  memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Y. Maka, setiap kenaikan satu variabel jaminan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan memberikan kontribusi hanya 6,2 %.
6. Variabel Empati  $X_5$  memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Y. Maka, setiap kenaikan satu variabel empati akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan memberikan kontribusi sebesar 27,5 %.

**Tabel 3 : Uji t, f, koefisien determinasi  $R^2$  dan Korelasi R**

<b>Uji t (Parsial)</b>			
Variabel	Nilai $t_{hitung}$ dan Sig	Nilai $t_{tabel}$ dan Sig	Keterangan
1. Bukti Fisik	3,522 > dan 0,001 <	1,65933 dan 0,05	Diterima
2. Keandalan	2,637 > dan 0,010 <		Diterima
3. Ketanggapan	0,921 < dan 0,359 >		Ditolak
4. Jaminan	0,686 < dan 0,494 >		Ditolak
5. Empati	3,391 > dan 0,001 <		Diterima
<b>Uji f (Simultan)</b>			
Variabel	Nilai $f_{hitung}$ dan Sig	Nilai $f_{tabel}$ dan Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati)	26,957 > dan 0,000 <	2,30 dan 0,05	Diterima
<b>Uji Koefisien <math>R^2</math> dan Korelasi R</b>			
Variabel	Koefisien $R^2$	Korelasi R	Keterangan
Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati)	0,548 (54,8%)	0,754	Memiliki pengaruh sebesar 54,8 % dan mempunyai kategori hubungan <b>Kuat</b> 0,754 diantara 0,60 – 0,799.

(Sumber : Diolah SPSS, 2021)

## PEMBAHASAN

### 1. Variabel bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid – 19*.

Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata diberikan kepada pelanggan dan bisa mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa menginap yang ditawarkan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda. Menurut penelitian Armanto, Dwi Ichsan Tahun 2018 yang

menjelaskan bahwa semakin tinggi dan berkualitas tingkat bukti fisik yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*, hal ini pun sesuai dengan realita dilapangan yang memberikan informasi terkait pelayanan kepada pelanggan mengenai pencegahan dari *covid - 19* seperti memberitahukan batasan jarak antar pelanggan dari pelanggan lainnya min 1 meter, meletakkan fasilitas seperti *handsanitizer*, termometer untuk mengukur suhu tubuh pelanggan dan tempat cuci tangan, selain hal itu, kelengkapan atribut pun turut mempengaruhi bukti fisik pada hotel tersebut seperti peringatan wajib menggunakan masker di area internal dan eksternal Hotel Zoom Samarinda. Artinya semakin tinggi bukti fisik yang diberikan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda maka meningkatkan pula kepuasan pelanggan selama *pandemic covid - 19*.

## **2. Variabel keandalan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid - 19*.**

Keandalan merupakan kemampuan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda untuk memberikan pelayanan secara tepat dan benar pada pelayanan yang diberikan selama *pandemic covid - 19*. Menurut penelitian Armanto, Dwi Ichsan Tahun 2018 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi dan berkualitas tingkat keandalan yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*, hal ini pun sesuai dengan realita dilapangan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Pihak Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid - 19* melanda, mampu melayani dan konsisten memberikan peringatan dalam penyampaian panduan protokol kesehatan sesuai arahan Pemerintah Daerah kota Samarinda. Selain hal itu, pelayanan khusus pun diberikan bagi pelanggan yang berbeda zona wilayah selama *pandemic covid - 19* seperti mewajibkan pelanggan membawa hasil *negatif rapid test* minimal *antigen*. Artinya semakin tinggi keandalan yang diberikan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda maka meningkatkan pula kepuasan pelanggan selama *pandemic covid - 19*.

## **3. Variabel ketanggapan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid - 19*.**

Ketanggapan merupakan kecepatan pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda yang bersedia dan tanggap untuk membantu kepentingan pelanggan selama *pandemic covid - 19*. Menurut penelitian Armanto, Dwi Ichsan Tahun 2018 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi dan berkualitas tingkat ketanggapan yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa ketanggapan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*, hal ini pun sesuai dengan realita dilapangan bahwa selama *pandemic covid - 19* melanda di Hotel Zoom Samarinda, pihak Hotel Zoom masih memberikan edukasi kepada karyawan terkait kecepatan, kesigapan, dan informasi dalam pelayanan, serta pihak, Hotel Zoom Samarinda masih tahap penyesuaian untuk menjalankan dan menerapkan protokol kesehatan bagi pelanggan yang ingin menggunakan jasa menginap selama *pandemic covid -19* karena di tiap zona wilayah seperti kota Samarinda memiliki perbedaan dalam menerapkan protokol kesehatan bagi pelanggan. Artinya semakin rendah ketanggapan yang diberikan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda maka menurunkan pula kepuasan pelanggan selama *pandemic covid - 19*.

## **4. Variabel jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid - 19*.**

Jaminan merupakan kemampuan pihak Hotel Zoom Samarinda dalam memberikan pelayanan jasa yang bertujuan untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan selama *pandemic covid - 19*. Menurut penelitian Armanto, Dwi Ichsan Tahun 2018 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi dan berkualitas tingkat jaminan yang diberikan



perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa jaminan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*, hal ini pun sesuai dengan realita dilapangan bahwa pihak Hotel Zoom Samarinda masih belum bisa meyakinkan pelanggan aman dari penularan *covid – 19* karena selama *pandemic covid – 19* melanda, virus corona sendiri memiliki varian baru, walaupun penyemprotan disinfektan masih dilakukan di tiap jenis kamar, akan tetapi penyebaran virus corona sendiri masih terbilang cukup sulit ditangani, maka dari hal itu pihak Hotel Zoom Samarinda terus atau gencar memberikan pelayanan dan menerapkan protokol kesehatan dari daerah atau pusat agar kepercayaan pelanggan terus tumbuh serta aman untuk menggunakan jasa menginap di Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid – 19*. Artinya semakin rendah jaminan yang diberikan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda maka menurunkan pula kepuasan pelanggan selama *pandemic covid – 19*.

#### **5. Variabel empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid – 19*.**

Empati merupakan kemampuan pihak Hotel Zoom Samarinda dalam memahami masalah dan kebutuhan pelanggan dalam menggunakan jasa menginap selama *pandemic covid – 19* serta memberikan perhatian khusus kepada pelanggan agar merasa nyaman dan puas. Menurut penelitian Armanto, Dwi Ichsan Tahun 2018 yang menjelaskan bahwa semakin tinggi dan berkualitas tingkat empati yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*, hal ini pun sesuai dengan realita dilapangan bahwa pihak Hotel Zoom Samarinda dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sudah menangani dalam arti kemudahan apabila terjadi salah satu pelanggan terkena reaktif positif *covid – 19* dan menempatkan Satgas, untuk memudahkan penanganan sementara bagi pelanggan selain hal itu, empati karyawan pada saat pelanggan memasuki lobby Hotel untuk pemeriksaan suhu tubuh dan pemberian *handsanitizer* sudah membuat nyaman dan sopan bagi pelanggan. Selain itu, pihak hotel pun memberikan pelayanan lebih kepada tamu yang berstatus reaktif yaitu dengan memberikan makanan dan minuman serta buah-buahan yang dikemas dengan kotak lalu mengantarkan sampai ke depan pintu kamar karena tamu tidak dipersilahkan untuk makan di restaurant. Artinya semakin tinggi empati yang diberikan oleh pihak Hotel Zoom Samarinda maka meningkatkan pula kepuasan pelanggan selama *pandemic covid – 19*.

#### **6. Variabel kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh secara bersama – sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *Pandemic Covid – 19*.**

Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur bagi Hotel Zoom Samarinda dalam memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan suatu kepercayaan yang penuh komitmen agar pelanggan merasa terpuaskan akan kebutuhannya, kualitas pelayanan sendiri memiliki dimensi seperti Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati. dan hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati memiliki pengaruh signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid -19*, hal ini pun sesuai dengan realita dilapangan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pihak Hotel Zoom Samarinda sudah memenuhi standar dari beberapa dimensi tersebut seperti bukti fisik, kendalan dan empati walaupun dari dua dimensi yaitu ketanggapan dan jaminan tidak memiliki pengaruh akan tetapi hal tersebut bisa diperbaiki dengan memberikan pelayanan prima (*excellent service*) artinya pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan selama *pandemic covid – 19* serta mematuhi panduan protokol kesehatan dari pemerintah pusat atau daerah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Simpulan.

1. Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid* – 19.
2. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid* – 19.
3. Ketanggapan berpengaruh positif tapi tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid* – 19.
4. Jaminan berpengaruh positif tapi tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid* – 19.
5. Empati berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid* – 19.
6. Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Empati dan Jaminan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama – sama) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Zoom Samarinda selama *pandemic covid* – 19.

### 2. Saran.

1. Hotel Zoom Samarinda harus lebih memperhatikan dan meningkatkan dimensi pada kualitas pelayanan seperti yang belum berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan seperti ketanggapan dan jaminan.
2. Hotel Zoom Samarinda harus tetap memperbaiki, memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan dari kualitas pelayanan selama *pandemic covid* – 19 melanda di kota Samarinda agar pelanggan tetap merasa puas, nyaman dan aman.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk memperluas objek penelitian dan tidak hanya membahas kualitas pelayanan tetapi juga pada variabel – variabel lain sehingga diperoleh hasil penelitian dan pembahasan baik dan bermanfaat mengenai kepuasan pelanggan selama *pandemic covid* – 19 yang melanda di Indonesia atau kota Samarinda.

## REFERENCES

- Armanto, Ichsan Dwi. 2018. “*Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play*”. Volume 7. No. 3  
<https://ocs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/36187>. Diakses pada tanggal 30 April 2021 Hari Rabu Jam 13.35.
- Anonim, 2021 “*Yuk, Pahami Lebih Jelas Arti Pandemi pada COVID-19.*” Allianz.co.id  
<https://www.allianz.co.id/explore/detail/yuk-pahami-lebih-jelas-arti-pandemi-pada-covid-19/101490>. Diakses pada hari Jumat, Tanggal 9 April 2021 Jam 20.30.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program*. Edisi 8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jasfar, Farida. 2012. *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- J. Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta. : In Media.
- Somalinggi, Armunanto. 2020 “*Bisnis Hotel VS Covid-19.*” Sapos.co.id  
<https://sapos.co.id/2020/06/04/bisnis-hotel-vs-covid/>. Diakses pada hari Jumat, Tanggal 9 April 2021 Jam 20.30.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

