

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q Di Kota Gorontalo

Avliani Malinta¹, Tineke Wolok², Zulfia K. Abdussamad³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³

E-mail penulis: avliani.malinta09@gmail.com¹

Abstract: The present research aimed to determine the influence of service quality and physical facilities on customer satisfaction at the Grand Q Hotel in Gorontalo City. The data sources used in this research were primary data collected by using a questionnaire distributed to guests who stayed at or visited the Grand Q Hotel in Gorontalo City. The research involved 91 respondents as the samples. The data analysis applied multiple linear regression analysis. The research findings indicated that Service Quality did not significantly influence Consumer Satisfaction, whereas Physical Facilities possessed a positive and significant influence. Simultaneously, the Service Quality and Physical Facilities positively and significantly influenced Customer Satisfaction at the Grand Q Hotel in Gorontalo City.

Keywords: Service Quality; Physical Facilities; Consumer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q Di Kota Gorontalo. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dimana metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada tamu yang menginap ataupun berkunjung di Hotel Grand Q Gorontalo. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 91 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Fasilitas Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di di Hotel Grand Q Gorontalo.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Fasilitas Fisik; Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha pada era ini telah diwarnai dengan berbagai macam tingkat persaingan yang berbeda di segala bidang. Dengan kondisi tersebut, perusahaan semakin perlu memiliki strategi untuk mencapai penjualan. Karena perkembangan teknologi yang semakin dinamis, diperlukan tindakan yang cepat dan tepat agar tidak kalah bersaing. Perkembangan usaha pada era ini telah diwarnai dengan berbagai macam tingkat persaingan yang berbeda di segala bidang. Dengan kondisi tersebut, perusahaan semakin perlu memiliki strategi untuk mencapai penjualan. Karena perkembangan teknologi yang semakin dinamis, diperlukan tindakan yang cepat dan tepat agar tidak kalah bersaing.

Salah satu hotel di Gorontalo yakni hotel Grand Q Gorontalo, hotel ini merupakan salah satu hotel yang memiliki fasilitas kamar, ruang pertemuan, area untuk sarapan, *internet corner* dan *free internet access*. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kemajuan industri perhotelan, salah satunya adalah bagaimana hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya dengan layanan yang berkualitas dan terbaik agar pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan dunia bisnis saat ini, pelayanan merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika menjual produk yang sama.

Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama konsumen atau tamu tersebut berada di hotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service dan lain-lain. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa besar adanya perbedaan antara realitas dan ekspektasi para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut akan dipandang baik atau positif. Jika jasa yang dibayarkan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dikatakan sebagai kualitas ideal.

Disamping kualitas pelayanan yang baik fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan aktivitas. Konsumen mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Persepsi konsumen terhadap fasilitas fisik merupakan penilaian atas keunggulan suatu jasa. Konsumen masa kini menghadapi pilihan berbagai macam merek dan membentuk suatu harapan bahwa produk yang akan di belinya bisa memberikan kepuasan. Jika kepuasan tidak tercapai akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen yang akhirnya akan mengakibatkan konsumen beralih ke pilihan lain.

Persaingan yang ketat antara perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen menuntut perusahaan untuk mengelola masalah-masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dilingkungan perusahaan secara menyeluruh dan terpadu agar dapat menunjang pencapaian hasil yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Untuk itu setiap pihak dalam hal ini perusahaan yang memberikan jasa pelayanan sebagai pokok dari tujuan perusahaan. Perusahaan dapat mengetahui adanya kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen sehingga dapat menjadi tolak ukur dalam mengembangkan berbagai macam pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya berbagai saran dan masukan tersebut badan usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan pelayanan sehingga dapat memuaskan konsumen.

Fenomena yang terjadi di Hotel Grand Q Gorontalo yaitu Masih kurangnya perhatian terhadap fasilitas hotel karena sebagian pengunjung merasakan bahwa fasilitas yang tersedia masih perlu ditingkatkan dan diperbaiki. Keluhan mengenai Fasilitas disini sendiri paling dominan merujuk pada tempat parkir Hotel Grand Q Gorontalo yang dinilai kurang luas. Adapun mengenai Kualitas Pelayanan di Grand Q Gorontalo di harapkan lebih di tingkatkan kembali karena dilihat dari faktanya jumlah pesaing hotel semakin banyak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode non probability dengan menggunakan teknik purposive sampling, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian menggunakan rumus cochrane yaitu sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan populasi tamu yang menginap/berkunjung di Hotel Grand Q Gorontalo. Alat uji analisis yang digunakan dalam menguji penelitian ini yaitu regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dikarenakan nilai signifikan sebesar $0.054 > 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 1.951 < t_{tabel} 1.987$. Fasilitas Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dikarenakan nilai signifikan sebesar $0.009 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 2.663 > t_{tabel} 1.987$. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 19.8% dan sisanya 80.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik perhitungan uji t yang menggunakan SPSS, hasil tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen atau H_1 di tolak.

Temuan hasil penelitian ini tidak mendukung Sartika Moha dan Sjendry Loindong (2016) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Yuta Manado. Selanjutnya Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil tahun 2019 hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Maka, hipotesis dalam penelitian ini ditolak dengan menyatakan: "Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel

Grand Q di Kota Gorontalo”.

Pengaruh Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Adapun hasil penelitian, mendukung Hipotesis kedua bahwa terdapat pengaruh variabel Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen yang dapat dilihat dari nilai t statistic yang lebih besar dari t tabel sehingga hipotesis dapat diterima.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Keukeu Sakibah Nazmi (2014), Gadang Panggegar, dkk (2016) yang hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hal ini dimensi fasilitas mencakup fasilitas fisik bangunan, fasilitas parkir, fasilitas ibadah, dan fasilitas akses internet tanpa biaya (gratis). Selanjutnya temuan hasil penelitian ini tidak mendukung Annishia dan Prastiyo (2019) menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta.

Hasil analisis jawaban responden ditemukan bahwa rata-rata skor untuk variabel fasilitas berada pada kategori yang “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia di Grand Q Hotel Kota Gorontalo sudah memadai dan sesuai dengan kebutuhan dari konsumen yang menjadi tamu di hotel tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan analisis hasil penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q di Kota Gorontalo, diperoleh keterangan secara simultan kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini di dapat karena terciptanya Kesesuaian Harapan dan ekspektasi sehingga konsumen Minat untuk berkunjung kembali serta bersedia untuk merekomendasi, ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2010) bahwa konsumen akan mendapatkan kepuasan jika adanya kesesuaian harapan yang merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan pelanggan sama dengan apa yang dirasakan. Dengan terciptanya kesesuaian harapan tersebut maka konsumen akan berminat untuk berkunjung kembali dan bersedia untuk merekomendasikan. Besarnya pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah 19,8%. Jadi, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap kepuasan konsumen Hotel Grand Q di Kota Gorontalo maka sudah sepatutnya kedua variabel tersebut menjadi perhatian khusus bagi pihak pengelola hotel dalam rangka meningkatnya Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Fasilitas Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di di Hotel Grand Q Gorontalo.

SARAN

Hotel Grand Q Gorontalo diharapkan meningkatkan pelayanan agar menjadi lebih baik lagi, kualitas pelayanan yang maksimal dari karyawan Hotel Grand Q dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Selain itu Pihak pengelola Hotel Grand Q harus memperhatikan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen agar fasilitas fisik yang diperlihatkan atau ditawarkan dapat dirasakan oleh konsumen secara keseluruhan.

Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini hanya mengukur variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen, untuk itu diharapkan pada peneliti yang akan datang dapat meneliti variabel-variabel lain seperti promosi, harga, dan citra yang sekiranya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen maupun dapat menciptakan loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

Andri Winata & Isnawan Ahlul Fiqri. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung. Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No. 02.

- Alexandre Wirapraja, Andriason Sudarso dkk. 2021. Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis.
- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Arfatin Nurrahmah M.pd, Febri Rismaningsih, S.Pd. Si.,M.Sc dkk. 2021. Pengantar Statistika 1. Media Sains Indonesia.
- Aris Budiono. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi. Vol 17, No 2.
- Arya Maman dan Suryoo Budi. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan Semarang. Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi. Vol 17, No 2.
- AT Basuki dan Yuliadi. 2015. Ekonometrika Teori dan Aplikasi. Jurnal Penelitian dan Pendukung Ekonomi. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani
- Aksa, M. H., & Ratnasari, R. T. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Annishia, Fristi dan Prastiyo, Eko. 2019. Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Best Western Premiere the Hive Jakarta. Jurnal hospitality dan pariwisata. (online). Vol. 4. No.1. Januari 2019.
- Deli Darlina. 2016. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan. *Jom Visip* Vol 1 No. 3.
- Dwi Aliyyah dan Apriyani Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51 No.2
- Dani Iskandar dan Muhammad Irfan Bahari Nasution.
- Enos Lolang. 2015. Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal IP* –Vol. No. III. No. 3.
- Ferninda Manoppo. 2013. Kualitas Pelayanan, dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4
- Fibriya Anggraini Puji Lestari. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. http://Journal.Lppmunindra.Ac.Id/Index.Php/Sosio_Ekons_Volume_10_No_2.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hadion Wijoyo. 2021. Manajemen Pemasaran. Insan Cendekia Mandiri. Sumatera Barat.
- Heri Sudarsono. 2020. Manajemen Pemasaran. Cv Pustaka Abadi. Jawa Timur.
- Henri Rohaeni dan Nisa Marwa. 2018. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*. Vol. 2 No. 2
- Hightower, R. Jr. 2010. Commentary on Conceptualizing the Servicescape Construct in, A Study of the Service Encounter in Eight Countries. *Marketing Management Journal*, 20(1) Spring: 76-86.
- I Wayan Widya Suryadharma, I Ketut Nurcahya. 2015. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No. 4.
- Iksanuddi. 2022. Pengaruh Iklan Social Media Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung ke Gili
- Ketapang Menggunakan @giliketapang_trip. Uin Malang. *E-Jurnal Manajemen*
- J.G Runtunuwu., Sem Oroh., Rita Taroreh. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, ISSN 2303-1174
- Kasinem. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika.*, Vol. 17 No. 4.
- Kotler. 2018 Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Lewis, B. R. (2015). Servqual. In Wiley Encyclopedia of Management (pp. 1-1). <https://doi.org/10.1002/9781118785317.wcom090654>
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta Salemba Empat..
- Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil, 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal homepage: [http://jrmb.ejournal](http://jrmb.ejournal.feuniat.net/index.php/JRMB)* feuniat.net/index.php/JRMB . Volume 4, No 1.
- Melia Andayani. 2020. Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Fasilitas Fisik dan Kepercayaan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. Volume 2, Nomor 2
- Muhammad Zuardi. 2016. Pengaruh Fasilitas Fisik dan Fasilitas Non Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar JBBC Medan Johor. *Jurnal RisetAkuntansi & Bisnis* Vol. 16 No. 2.
- Novan Haryono & Rooney Octavia. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Indept*, Vol, 4. 1
- Nurmalitas Sekar Smaradhana, Harrie Luthfie. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan di The 101 Hotel Bandung Dago. *E-proceeding of applied science*. Vol. 3, No. 2
- Nel Arianty. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

- Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol, 16 No, 2
- Purnomo Edwin Setyo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks" *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 1, Nomor 6
- Sony Mahendra. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 2 No 1.
- S, Moha., Sj. Loindong. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. *Jurna EMBA 575* Vol. 4 No.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Manajemen, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B* Bandung:Alfabeta
- Sopiyan, P, (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Coopetition : *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249-258.
<https://doi.org/1032670/coopetition.v13i2.1057>
- Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, Ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yuli Asbar, Mochamad Ari Saptari. 2017. Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Pieces. *Jurnal Visioner & Strategis* Volume 6, Nomor 2.
- Yuliana Pinaringsih Kristiutami & Sandy Nugraha Raharjo. 2021. Strategi Pemasaran Hotel Grand Asriliadi Masa Pandemi Covid-19. *Media Wisata*, Volume 19, Nomor 1.