

PENGARUH PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN HOTEL APPLE GREEN KOTA BATU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

by Jeni Arisio

Submission date: 11-Mar-2020 08:06PM (UTC+0800)

Submission ID: 1273587295

File name: turnitin_jeni.docx (19.06K)

Word count: 1773

Character count: 11606

PENGARUH PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN HOTEL APPLE GREEN KOTA BATU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Jeni Arisio
Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi pesaing dalam tingkatan sama hingga tingkatan atas, ada beberapa dimensi kepuasan yang harus dipenuhi dalam peningkatan kualitas Hotel Apple Green antara lain tangible, meliputi penampilan fisik hotel, dimensi reliability meliputi tingkat pelayanan hotel, dimensi responsiveness meliputi pelayanan dan cepat tanggap karyawan hotel, dimensi assurance yang meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, serta dimensi empathy, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen (Stanton, 2013:275). Data tamu yang menginap menunjukkan nilai yang fluktuatif dari 59,59% pada tahun 2015 dengan jumlah wisatawan menginap 17.954; 56,68% pada tahun 2016 dengan jumlah wisatawan menginap 19.588; 39,73% pada tahun 2017 dengan jumlah wisatawan menginap 13.375; 47,81% pada tahun 2018 dengan jumlah wisatawan menginap 16.628; dan 50% pada tahun 2019 dengan jumlah wisatawan menginap 18.080. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah persaingan. kondisi persaingan yang tinggi menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya, terutama salah satunya pada tingkat pelayanan. Salah satu perusahaan yang berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya adalah Hotel Apple Green di kota Batu. Sebagai salah satu hotel berbintang tiga yang mengusung konsep bangunan dan interior harmoni klasik, hotel omo tidak hanya memberikan pengalaman ruang yang kaya nan harmonis namun dalam menjalankan bisnisnya, pihak hotel Apple Green harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana peningkatan kualitas pelayanan yang ada di hotel Apple Green terhadap konsumen di Kota Batu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kuantitatif yang berfokus untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan hotel Apple Green ditinjau dari tingkat kepuasan konsumen. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2019, dengan populasi pada penelitian ini adalah seluruh Konsumen Hotel Apple Green tahun 2019 dan telah melakukan penggunaan jasa di Hotel Apple Green yang berjumlah 18.080 konsumen, adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 99 responden yang akan diberikan kuesioner untuk mengukur kepuasan responden terhadap pelayanan hotel berdasarkan teori dari Kotler pada aspek *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini didapat dari responden, yaitu para pengunjung hotel Apple Green yang pernah menginap dan menggunakan jasa hotel tersebut pada tahun 2019. Kuesioner pada kualitas pelayanan hotel berisi 13 butir pernyataan yang disebarkan kepada 99 orang responden sesuai dengan jumlah sampel dalam penelitian, dari 99 responden terdapat 45 orang (45,5%) berjenis kelamin Pria dan ada sebanyak 54 orang (54,5%) berjenis kelamin wanita. 6 orang (6,1%) responden berada di usia 17-27 tahun dan ada sebanyak 32 orang (32,3%) responden yang berada di usia 28-38 tahun dan ada sebanyak 37 orang (37,4%) responden yang berada di usia 39-49 tahun dan ada sebanyak 24 orang (24,2%) responden yang berada di usia >50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang lebih dominan berkunjung di hotel Apple Green adalah yang berusia 39-49 tahun. Uji regresi dilakukan dengan menunjukkan nilai B sebesar 0,187 dengan tanda Positif menunjukkan Arah hubungan yang searah, hal ini berarti apabila pelayanan (X) mengalami peningkatan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 18,7%, dimana tanda Positif berarti meningkatnya kualitas pelayanan administrasi akademik juga menyebabkan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Sedang uji-T menunjukkan nilai signifikansi adalah $0.00 < 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan dapat diartikan bahwa variabel Pelayanan hotel Apple Green berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan hotel Apple Green di Kota Batu memberikan respon positif dimana peningkatan kualitas pelayanan tersebut juga meningkatkan kepuasan mahasiswa, dengan nilai peningkatan sebesar 18,7%.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha saat ini dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Peningkatan jumlah konsumen menjadi harapan adanya perluasan pasar secara langsung. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis dan cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Pada dasarnya, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected services). Zeithaml, Berry, Parasuraman (2014) yang pernyataannya dikutip oleh Usmara (2013) menyatakan bahwa kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas layanan yang mereka terima. Loyalitas konsumen terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi atau tidaknya kebutuhan konsumen yang tampak dari sikap perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta member rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipresepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subjektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipresepsikan oleh konsumen. Kotler (2010:52) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu

produk atau jasa dan harapannya. Sedangkan Peter dan Olson (2013:157) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk atau jasa.

Hotel Apple Green di kota Batu sebagai salah satu hotel berbintang tiga yang ada di kota Wisata Batu yang mengusung konsep bangunan dan interior harmoni klasik akan memberikan pengalaman ruang yang kaya dan harmonis untuk setiap tamu hotel yang menginap, tidak lagi sebagai institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh tamu selama ia tinggal di hotel. Dalam menjalankan bisnisnya, pihak hotel Apple Green harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran. Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Apple Green bukan hanya terdiri dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas bar maupun restoran mewah untuk tujuan wisata. Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa Hotel Apple Green antara lain *tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, interior bangunan hotel, dan penampilan karyawan hotel, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* yang meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen. Kelima dimensi di atas dikembangkan oleh Parasuraman dkk. yang disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Payne, 2010:275).

Jumlah konsumen sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, konsumen merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin sedikit konsumen perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan memberikan dasar yang baik bagi penggunaan jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen serta laba yang diperoleh meningkat. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika

konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi konsumennya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan konsumen yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Jumlah kunjungan 5 tahun mengalami peningkatan. Jumlah wisatawan yang menginap di Hotel Apple Green dari tahun 2015-2019 mengalami kenaikan, namun pada tahun 2017 tercatat bahwa jumlah wisatawan menginap mengalami penurunan sebanyak 13.375 atau dalam persentasi 39,73%. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor sehingga mengalami penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2017. Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, penulis mencoba menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Apple Green dengan judul : “PENGARUH PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN HOTEL APPLE GREEN KOTA BATU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada dua masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh antara tingkat kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan hotel Apple Green Kota Batu?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan hotel Apple Green Kota Batu?

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara tingkat kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan hotel Apple Green Kota Batu.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan hotel Apple Green Kota Batu.

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Manfaat lainnya adalah dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah untuk mengelola hotel di masa yang akan datang secara efektif dan efisien.

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN HOTEL APPLE GREEN KOTA BATU

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.undip.ac.id Internet Source	12%
2	puslit2.petra.ac.id Internet Source	1%
3	de.scribd.com Internet Source	1%
4	ojs.umsida.ac.id Internet Source	1%
5	fe-akuntansi.unila.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Jember Student Paper	1%
7	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Surabaya University Student Paper	1%
9	eprints.uny.ac.id	

	Internet Source	1%
10	denahcinta.blogspot.com Internet Source	1%
11	Submitted to University of South Australia Student Paper	<1%
12	ilmu-kimia-kimia.blogspot.com Internet Source	<1%
13	emperan-perpus.blogspot.com Internet Source	<1%
14	Muhammad Kasim. "Organisasi Islam dan Pengaruhnya Pada Hukum Islam di Indonesia", <i>Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah</i> , 2016 Publication	<1%
15	jom.unpak.ac.id Internet Source	<1%
16	communication.binus.ac.id Internet Source	<1%
17	anzdoc.com Internet Source	<1%
18	jurnal.unipasby.ac.id Internet Source	<1%
19	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN HOTEL APPLE GREEN KOTA BATU

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5
