

Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction di Artotel Surabaya

M.Fajar Maulana

Manajemen Layanan dan Pariwisata / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

alan_maulana1000@yahoo.com

Abstrak - Indonesia dikenal sebagai Negara kepulauan, oleh sebab itu sektor pariwisata lah yang paling berkembang sehingga menciptakan peluang bagus bagi bisnis perhotelan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* Artotel Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Target populasi adalah pelanggan yang pernah menginap dan melakukan transaksi di Artotel Surabaya. Karakteristik populasi adalah pria atau wanita, minimal pendidikan terakhir SMA, pernah menginap dan melakukan transaksi dengan Artotel Surabaya dalam 6 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan aras pengukuran interval, yaitu suatu pengukuran yang mempunyai jarak yang sama dan selisih yang jelas. Jenis skala pengukuran yang digunakan adalah numerical scale yang menggunakan lima tingkatan pilihan jawaban yang sudah tersedia disetiap pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa *service quality* Artotel Surabaya mempunyai pengaruh terhadap *customer satisfaction*.

Kata kunci : *Service Quality, Customer Satisfaction, Artotel Surabaya*

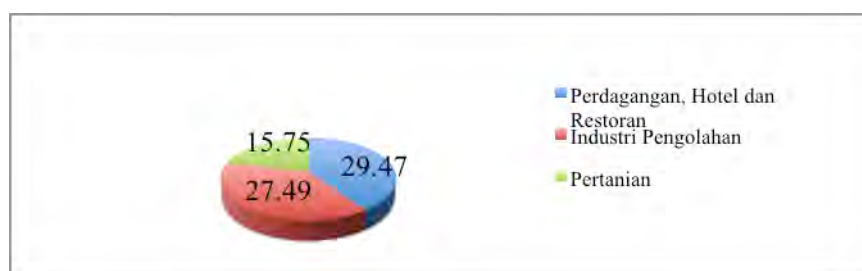
Abstract - Indonesia is known as an island country, therefore the tourism sector is the most growing, creating great opportunities for the hospitality business. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction Artotel Surabaya. The data used in this study derived from primary data, ie data obtained through questionnaires. The target population is the customer who stayed and conduct transactions in Artotel Surabaya. Characteristics of the population is male or female, at least high school education last, stayed and conduct transactions with Artotel Surabaya in the last six month. This study uses cedar measurement interval, which is a measurement that have the same distance and the difference is clear. Type of measurement scale used is the numerical scale that uses five levels of response options that are already available in every statement contained in the questionnaire. Data processing methods used in this study is a simple linear regression. From the results of the study showed that the quality of service Artotel Surabaya has an influence on customer satisfaction.

Keyword : *Service Quality, Customer Satisfaction, Artotel Surabaya*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai Negara kepulauan, oleh sebab itu sektor pariwisata lah yang paling berkembang sehingga menciptakan peluang bagus bagi bisnis perhotelan. Memang harus diakui Indonesia yang memiliki lebih dari 17.100 pulau, diantaranya telah berpenghuni dan memiliki kekayaan budaya yang luar biasa dengan 300 suku dan etnis serta 742 bahasa dan tercampur didalamnya. Ini adalah potensi Indonesia yang bisa dikembangkan dalam konsep pengembangan industri pariwisata nasional. Kekayaan budaya Indonesia bisa dijadikan daya tarik pariwisata dan pariwisata ini erat kaitannya dengan industri perhotelan. Jika pemerintah dan swasta bisa bekerja sama dalam mengemas promosi pariwisata Indonesia, maka prospek di Indonesia akan terus cemerlang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia sepanjang tahun 2011 mencapai 7,65 juta orang atau naik 9,24% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 7 juta orang. Dari segi nominal, jumlah devisa pariwisata yang diterima pada 2011 mencapai US\$8,6 miliar. Jumlah ini meningkat sebesar 13,16% dibandingkan devisa 2010 yang mencapai US\$7,6 miliar (<http://www.jktproperty.com>).

Provinsi Jawa Timur memiliki peran perekonomian yang strategis dalam skala nasional. Provinsi Jawa Timur mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi daerah lain. Menurut data Badan Pusat Statistika, Provinsi Jawa Timur mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 7,22% dimana nilai tersebut melebihi pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya sebesar 6,46%.



Gambar 1

Kontribusi PDRB Sektor Utama Surabaya

Sumber: (<http://www.surabaya.go.id/>)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah regresi linear, yaitu penelitian yang bertujuan untuk membentuk model hubungan antara variabel terikat/dependen (Y) dengan dengan satu variabel bebas/independen (X) pada pelanggan Artotel Surabaya. Dimana variabel terikat/dependen (Y) adalah *Customer Satisfaction* dan variabel bebas/independen (X) adalah *Service Quality*. Dalam hal ini, *service quality* akan mencakup lima dimensi berikut, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Sampel merupakan bagian dari populasi dengan karakteristik yang hendak diteliti dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah konsumen yang pernah menginap dan melakukan transaksi di Artotel Surabaya. Dalam pembuatan sigi awal, jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 35 responden. Namun, dari hasil evaluasi hanya terdapat 30 responden yang memenuhi karakteristik sebagai responden.

Rumusnya adalah sebagai berikut.

$$n = (Z^2 \cdot \alpha) \times \left\{ \frac{P \cdot Q}{d^2} \right\}$$
$$n = (1,96^2) \times \left\{ \frac{30 \times 5}{5^2} \right\}$$
$$n = 188,1599988 = 189$$

Dimana :

$Z^2 \cdot \alpha$ = Z table dengan tingkat signifikan tertentu

P = Proporsi populasi yang diharapkan memiliki karakteristik tertentu

Q = Proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu

d = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (dinyatakan dalam %)

Dari hasil perhitungan jumlah sampel di atas diperoleh jumlah sampel sebesar 188,1599988 berarti jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 189 responden.

Dalam penelitian ini digunakan sampel yang diambil dari populasi melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Alasan digunakan *non probability sampling* adalah karena peluang masing-masing elemen populasi untuk dijadikan sampel tidak diketahui, hal ini sehubungan dengan jumlah populasi yang tidak teridentifikasi. Sedangkan dimaksud dengan *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menggunakan elemen-elemen termudah. Pemilihan elemen ini sepenuhnya tergantung pada penilaian peneliti atau pewawancara sehingga peneliti bebas menentukan elemen yang paling mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Service quality secara keseluruhan pada Artotel Surabaya menurut persepsi pelanggan ini adalah sebesar 3,51, dari hasil ini diketahui bahwa persepsi pelanggan terhadap *service quality* pada Artotel Surabaya dinilai positif karena nilai rata-rata *mean* diatas nilai 3,00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian responden secara keseluruhan terhadap *service quality* yang diterapkan oleh Artotel Surabaya yaitu sebesar 3,51 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 1,005 dan memiliki koefisien variasi 28,63. Dengan demikian, maka dapat dikatakan *service quality* positif. Dapat diketahui bahwa dimensi *assurance* mempunyai nilai *mean* tertinggi sebesar 3,62 sedangkan untuk nilai *mean* terendah ada pada dimensi *empathy* dengan nilai sebesar 3,39.

Tabel 15
Tanggapan Responden Terhadap *Service Quality Dimensions* dan *Customer Satisfaction* Artotel Surabaya

No	Pernyataan	Mean	SD	KV(%)
TANGIBLES				
1	Artotel Hotel Surabaya memiliki peralatan yang modern	3,52	0,920	26,14
2	Artotel Hotel Surabaya memiliki fasilitas yang menarik	3,59	1,071	29,83
3	Artotel Hotel Surabaya memiliki karyawan yang selalu berpakaian rapi	3,65	1,059	29,01
4	Design interior lobby di Artotel Hotel Surabaya memiliki bahan material yang menarik	3,45	1,033	29,94
Rata-Rata Tangibles		3,55	1,024	28,85
INTANGIBLE				
RELIABILITY				
5	Artotel Hotel Surabaya menepati janji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu	3,43	0,906	26,41

6	Artotel Hotel Surabaya menunjukkan minat yang tulus dalam menyelesaikan masalah Anda	3,44	0,913	26,54
7	Artotel Hotel Surabaya memberikan layanan yang benar sejak pertama kalinya	3,44	1,007	29,27
8	Artotel Hotel Surabaya menepati janji untuk menyediakan layanan 24 jam yang di miliknya	3,52	1,075	30,54
9	Artotel Hotel Surabaya menekankan pada layanan bebas dari kesalahan	3,23	0,950	29,41
Rata-rata Reliability		3,41	0,975	28,59
RESPONSIVENESS				
10	Karyawan Artotel Hotel Surabaya memberitahukan informasi tentang kapan layanan akan diberikan	3,35	0,908	27,19
11	Karyawan Artotel Hotel Surabaya memberikan layanan yang cepat	3,44	1,028	29,88
12	Karyawan Artotel Hotel Surabaya selalu bersedia membantu Anda pada saat dibutuhkan	3,55	1,049	29,55
13	Karyawan Artotel Hotel Surabaya tidak pernah sibuk untuk menanggapi permintaan Anda	3,43	0,947	27,61
Rata-rata Responsiveness		3,44	0,985	28,63
ASSURANCE				
14	Perilaku karyawan Artotel Hotel Surabaya membuat pelanggan merasa percaya	3,54	1,084	30,62
15	Artotel Hotel Surabaya memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi	3,77	1,137	30,16
16	Karyawan Artotel Hotel Surabaya berlaku sopan dalam melayani pelanggan	3,81	1,089	28,58
17	Karyawan Artotel Hotel Surabaya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan	3,35	0,903	26,96
Rata-rata Assurance		3,62	1,071	29,59
EMPATHY				
18	Artotel Hotel Surabaya memberikan perhatian secara individu terhadap seluruh pelanggan	3,20	0,887	27,72
19	Artotel Hotel Surabaya memiliki jam operasional yang membuat pelanggan nyaman	3,58	1,106	30,89
20	Artotel Hotel Surabaya memiliki karyawan yang memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan	3,23	0,835	25,85
21	Artotel Hotel Surabaya menjadi pilihan terbaik di hati pelanggan	3,26	0,990	30,37
22	Karyawan Artotel Hotel Surabaya memahami segala kebutuhan khusus pelanggan	3,25	0,885	27,23
Rata-rata Empathy		3,39	0,954	28,14
Rata-Rata Intangible		3,47	1,000	28,44
TOTAL		3,51	1,005	28,63
CUSTOMER SATISFACTION				
1	Tingkat kepuasan Anda terhadap keseluruhan pelayanan di Artotel Hotel Surabaya	3,81	0,882	23,15

Sumber : data kuesioner, diolah

Berdasarkan hasil analisis data keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* Artotel Surabaya. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi linier dengan persamaan regresi bernilai positif, berarti hubungan antara *service quality* dan *customer satisfaction* adalah hubungan yang positif atau apabila *service quality* baik, maka *customer satisfaction* juga akan naik. Besarnya kenaikan *customer satisfaction* yang diakibatkan oleh kenaikan *service quality* ditunjukkan dari nilai koefisien regresi *service quality* sebesar 0,715 berarti apabila *service quality* mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan skor persepsi, maka *customer satisfaction* akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,715 satu satuan skor persepsi.

Selain itu hasil analisis koefisien determinasi R^2 sebesar 0,51 atau 51% menunjukkan variasi persepsi pelanggan terhadap *service quality* Artotel Surabaya mampu menjelaskan variasi *customer satisfaction* sebesar 51%. Sedangkan sisanya sebesar 49% dijelaskan oleh variasi faktor-faktor lain yang tidak teramati. Faktor-faktor yang tidak teramati yaitu kualitas produk, harga, *emotional factor* dan biaya.

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa untuk meningkatkan *customer satisfaction* Artotel Surabaya dibutuhkan layanan yang berkualitas karena semakin berkualitas layanannya, pelanggan akan semakin puas. Produk atau layanan yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk *customer satisfaction*. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan, maka *customer satisfaction* semakin tinggi. Bila *customer satisfaction* semakin tinggi, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Demikian pula sebaliknya. Bila *customer satisfaction* rendah, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin rendah dan dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada badan usaha lain.

Artotel Surabaya memiliki berbagai macam layanan yang dapat meningkatkan *customer satisfaction*, terlihat dari seragam karyawan Artotel Surabaya, dalam hal ini Karyawan Artotel Surabaya selalu menggunakan seragamnya setiap hari dengan rapi. Setiap karyawan mendapatkan dua seragam yang sama untuk digunakan bergantian dan karyawan menggunakan seragam

untuk mempermudah pelanggan mengenali karyawan Artotel Surabaya. Janji Artotel Surabaya untuk memberikan layanan 24 jam, dalam hal ini Artotel Surabaya menepati janjinya dalam memberikan layanannya kapan pun yang diinginkan oleh pelanggan. Dapat dilihat ketika pelanggan meminta layanan parkir valet, layanan laundry atau layanan transfer bandara maka Artotel Surabaya selalu menyediakan layanan tersebut. Ketersediaan karyawan Artotel Surabaya untuk membantu pelanggan pada saat dibutuhkan, dalam hal ini karyawan menawarkan bantuan untuk membawakan barang-barang ke dalam kamar sehingga beban pelanggan dapat teratasi oleh bantuan karyawan Artotel Surabaya. Karyawan Artotel Surabaya yang berlaku sopan terhadap pelanggan, dalam hal ini karyawan Artotel Surabaya dengan sopan menjawab pertanyaan pelanggan. Lalu jam operasional Artotel Surabaya yang membuat pelanggan nyaman, dalam hal ini karyawan Artotel Surabaya akan selalu ada dan siap dalam melayani pelanggan kapanpun. Hal itu dapat dilihat dari ketika terdapat pelanggan yang ingin *check-in*, pelanggan tidak akan resah karena Artotel Surabaya memiliki jam operasional 24 jam maka pelanggan akan selalu mendapatkan pelayanan oleh karyawan Artotel Surabaya. Dari *service quality* yang diberikan Artotel Surabaya kepada pelanggan maka dapat membuat pelanggan menjadi puas. Jika *service quality* yang diberikan Artotel Surabaya baik, maka kepuasan pelanggan juga akan baik.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* sehingga dapat dinyatakan “Ada pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* Artotel Surabaya”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan keseluruhan pembahasan diatas, maka akan disampaikan beberapa rekomendasi sebagai sumbangan saran untuk Artotel Surabaya yaitu sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Artotel Surabaya hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang ada sekarang ini agar dapat bersaing dengan hotel lainnya dimasa yang akan datang.

2. Manajemen Artotel Surabaya sebaiknya lebih meningkatkan lagi dimensi empathy karena mendapatkan nilai yang paling rendah dibanding dimensi lainnya yaitu mengenai kesediaan Artotel Hotel Surabaya memberikan perhatian secara individu terhadap seluruh pelanggan, Artotel Hotel Surabaya memiliki jam operasional yang membuat pelanggan nyaman, Artotel Hotel Surabaya memiliki karyawan yang memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan, Artotel Hotel Surabaya menjadi pilihan terbaik di hati pelanggan, Karyawan Artotel Hotel Surabaya memahami segala kebutuhan khusus pelanggan. Manajemen Artotel Surabaya hendaknya mengadakan pelatihan secara periodic guna meningkatkan kemampuan, ketrampilan dan pengetahuan karyawan dalam mengantisipasi perkembangan tuntutan pekerjaan dewasa ini, seperti membuat forum sharing antar karyawan tiap minggunya. Dengan adanya forum sharing ini, karyawan akan semakin dekat dan diharapkan tidak hanya kedekatan antar karyawan yang tumbuh, tetapi *empathy* terhadap pelanggan juga muncul dan dapat memberikan motivasi kepada karyawan lain untuk bekerja dengan baik sehingga pelanggan merasa puas.
3. Diharapkan skripsi ini dapat menjadi rekomendasi atau acuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti objek atau topik yang sama, sehingga dapat memberikan sedikit gambaran bagi orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Carolina, Claudia and Helena Rosandy.(2013). Faktor Yang Mendorong Keputusan Memilih Artotel Butik Hotel Surabaya.
- Daryanto.(2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kotler, Philip.(2000). *Marketing Management. The Millenium Edition*. Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong.(2001). *Principles of Marketing ed-9th*, Prentice Hall International Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

Kotler, Philip and Gary Armstrong.(2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran ed-12th*. Jakarta: Erlangga.

Nadiri, Halil and Kashif Hussain.(2005). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*

Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Ratnasari, Ririn Tri.(2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sulastiyono, Agus.(2004). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy.(2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy.(2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Walker, John R.(2013). *Introduction to Hospitality ed-9th*. One Lake Street,Upper Saddle River, NJ 07458: Pearson Education, Inc.

Zeithaml, Valeria A. And Mary Jo Bitner. (2001). *Service Marketing*, McGraw Hill International Edition, New York.

http://smart.surabaya.go.id/?page_id=253, diunduh 1 Februari 2014

<http://www.jktproperty.com/analysis/436-prospek-bisnis-perhotelan-di-indonesia-tetap-cemerlang-di-2013>, diunduh 1 Februari 2014

<http://properti.kompas.com/read/2013/09/06/1951048/19.Hotel.Baru.Banjiri.Surabaya>, diunduh 3 Februari 2014

<http://news.detik.com/surabaya/read/2013/04/05/175421/2212839/1066/hotel-bintang-dua-bidik-pebisnis-di-surabaya>, diunduh 8 Februari 2014

http://www.tripadvisor.co.id/Hotels-g297715-zff6-Surabaya_East_Java_Java-Hotels.html, diunduh 8 Februari 2014

<http://bisniswisata.co/view/kanal/?open=4&alias=akomodasi&id=4037>, diunduh 15 Februari 2014

<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/04/08/di-surabaya-hotel-budget-lebih-subur>, diunduh 15 Februari 2014

http://www.pegipegi.com/hotel/surabaya/?request_locale=in_ID&utm_content=24201819006&utm_medium=a1-search-pc_ind&utm_campaign=surabaya-hotel-bintang-3&utm_source=adwords&utm_term=hotel%2520bintang%25203%2520di%2520surabaya&hotelcs3=1&activeSort=1, diunduh 16 Februari 2014

<http://www.centroone.com/lifestyle/2012/07/1a/hotel-berkonsep-galeri-hadir-di-surabaya/>, diunduh 16 Februari 2014

<http://www.sleddogliteracyclub.com/klasifikasi-hotel-berdasarkan-kelasnya/>, diunduh 16 Februari 2014