

Juliana¹

*Universitas Pelita Harapan
M.H. Thamrin Boulevard 1100
Kelapa Dua Karawaci
Tangerang*

Tania Tanujaya²

*Universitas Pelita Harapan
M.H. Thamrin Boulevard 1100
Kelapa Dua Karawaci
Tangerang*

Nathaniel³

*Universitas Pelita Harapan
M.H. Thamrin Boulevard 1100
Kelapa Dua Karawaci
Tangerang*

Abstrak

Seiring berkembangnya zaman, hotel pun berkembang mengikuti sesuai dengan zaman. Banyak hotel berlomba-lomba untuk mengembangkan bisnisnya maupun dari kualitas hotel, Fasilitas hotel yang membuat konsumen pun merasa puas dengan apa yang di tawarkan hotel kepada konsumen. Tentunya ada banyak hal yang dapat memengaruhi kepuasan suatu pelanggan seperti, kamar hotel, restoran, fasilitas hotel, kualitas makanan dan masih banyak lagi. Namun terlepas dari semua fasilitas yang disediakan oleh suatu hotel, kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan sebuah hotel. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel akan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan atau tamu yang menginap di hotel tersebut. Penulis mengumpulkan hasil penelitian dengan melakukan teknik pengambilan sampel acak dengan responden Pengunjung yang sudah pernah menginap di hotel Harris Seminyak Bali. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden. Metode analisis yang digunakan penulis adalah menggunakan regresi dengan SPSS ver. 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hotel dan fasilitas hotel berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: *kualitas pelayanan hotel, fasilitas hotel, kepuasan pelanggan*

(*) Corresponding Author: Juliana.stpph@uph.edu (081375091888)¹ tania.tanujaya@gmail.com² nielz123z@gmail.com³

PENDAHULUAN

Konsep kualitas layanan telah menjadi subyek dalam banyak studi penelitian di berbagai industri jasa, bahkan penelitian terhadap industri perhotelan telah berkembang. Semakin berkembangnya zaman, persaingan usaha bisnis dengan bisnis lainnya semakin menegat. Ditambah lagi dengan adanya globalisasi yang memberikan beberapa dampak dalam bidang ekonomi, di mana banyak perusahaan asing yang turut campur tangan untuk menjaring konsumen di beberapa negara lain. Hal ini tentunya mempengaruhi perkembangan ekonomi yang sangat pesat di beberapa *industry* lokal, khususnya *industry* perhotelan. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat ini, tentunya setiap bisnis memiliki caranya masing-masing untuk bertahan dalam persaingan melawan perusahaan *international* maupun perusahaan lokal yang ada di daerah sekitar untuk mendapat pengakuan dari pelanggan, khususnya di dalam industri perhotelan.

Faktanya, banyak perusahaan yang dituntut untuk lebih lagi mengenali perilaku konsumen serta untuk lebih kreatif dalam memberikan pelayanan ataupun fasilitas kepada pelanggan atau tamu agar dapat lebih mudah mendapatkan loyalitas dan memenuhi kepuasan para pelanggan. Hal ini tentunya merupakan hal yang sangat penting di mana pada saat suatu bisnis sudah berhasil memuaskan para pelanggannya, maka perusahaan tersebut akan lebih mudah mencapai tujuan organisasi.

Menurut Nurcahyo et al. (2017) perkembangan hotel saat ini berkembang sangat pesat. Munculnya hotel-hotel baru meningkatkan persaingan di industri perhotelan. Di era globalisasi ini persaingan bisnis semakin ketat. Studi dari Nurcahyo et al. (2017) juga menyatakan fasilitas memiliki pengaruh signifikan dan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan jika fasilitas hotel yang buruk akan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang buruk dan begitu sebaliknya, serta kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen, jika kualitas pelayanan buruk akan menurunkan kepuasan pelanggan. Globalisasi telah menyebabkan berbagai industri berkembang pesat, baik itu industri produk maupun industri jasa. Layanan bisa didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada lain, tentang hasil yang diinginkan untuk penerima, objek atau

aset lain yang menjadi tanggung jawab pembeli (Alaska, A. K., & Supain, 2014). Ini membuat setiap perusahaan bersaing dengan pesaing dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk bertahan di bisnis. Dalam industri jasa seperti perhotelan, beberapa negara telah membangun hotel dengan penuh semangat (Alexander, 2015). Tentunya ada banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan suatu pelanggan seperti, kamar hotel, *restaurant*, fasilitas hotel, kualitas makanan dan masih banyak lagi.

Namun terlepas dari semua fasilitas yang disediakan oleh suatu hotel, kualitas pelayan memiliki pengaruh dan peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan sebuah hotel. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel akan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan atau tamu yang menginap di hotel tersebut. Tentunya untuk memuaskan setiap tamu tidaklah mudah, di mana setiap tamu memiliki standar dan ekspektasi yang berbeda. Namun, apabila pelanggan atau tamu sudah berada dalam tahap setia dan melakukan pembelian ulang maka hal ini akan sangat berdampak kepada keberlangsungan hotel tersebut. Faktanya, dengan adanya loyalitas dari para pelanggan, suatu hotel akan mengalami kenaikan dalam tingkat *occupancy* yang tentunya juga akan meningkatkan pemasukan yang dapat diraih oleh perusahaan hotel tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan secara simultan?

Dalam pembahasan studi ini, penulis memiliki tujuan untuk menganalisis dampak dari fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Harris Seminyak Bali terhadap kepuasan pelanggannya. Faktanya, penelitian sejenis telah dilakukan Loindong (2016) di mana hasil dari penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi dari Hossain (2012) menyatakan bahwa *hotel service quality* yang terdiri atas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Sulistiyono, 2008) fasilitas merupakan penyediaan dari perlengkapan fisik untuk memudahkan para *customer* dalam pelaksanaan aktivitas atau kegiatan. dengan ini, seluruh keinginan para *customer* tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Adapun beberapa unsur-unsur faktor yang diperhatikan dalam menentukan fasilitas di hotel. Menurut Tjiptono (2014) yaitu: pertimbangan atau perencanaan parsial, perancang ruang, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya, warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa pelanggan tersebut yang dihasilkan setelah perbandingan kinerja yang dirasakan dari layanan yang sebenarnya dirasakan (Kotler, P. and Keller, 2016), hal ini merupakan evaluasi pelanggan, pengalaman layanan yang dirasakan (Forozia et al., 2013; Kim-Soon et al., 2014). Evaluasi juga didasarkan pada perbandingan persepsi pelanggan dan harapan pelanggan (Rao, P.S. and Sahu, 2013) maka kepuasan ditemukan ketika layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan adalah akibat dari ketidakmampuan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Kim-Soon et al., 2014).

Kualitas pelayanan hotel menjadi hal yang kritis dalam literatur sejak kualitas pelayanan terkait dengan kepuasan pelanggan, dan niat mengunjungi kembali. Di seluruh dunia, hotel menempatkan pentingnya mutu pelayanan guna menghasilkan produk dan jasa yang positif serta menunjukkan standard (Mohsin, Asad., ve Lockyer, 2010). Pentingnya kualitas layanan untuk kinerja bisnis telah diakui dalam literatur melalui pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan (Al Khattab, S. A., & Aldehayyat, 2011). Ariffin, A. and Maghzi (2012) mengubah dimensi SERVQUAL di layanan hotel di Inggris dan Malaysia menghasilkan bahwa tamu yang datang menginap cenderung memilih akomodasi berdasarkan faktor-faktor khusus perhotelan seperti lokasi, kualitas layanan, reputasi, fasilitas, keamanan, penampilan dan harga internal dan eksternal. Studi dari Arifin (2011) menyatakan bahwa kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hotel harus menambah fasilitas menarik dan menjaga kebersihan kamar serta merawat fasilitas hotel sehingga konsumen merasa nyaman dan puas. Studi dari Shafiq et al. (2019) elemen SERVQUAL kecuali *tangibility* memiliki signifikansi dan hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari penjelasan di atas penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₀: kualitas pelayanan hotel tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H₁: kualitas pelayanan hotel memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

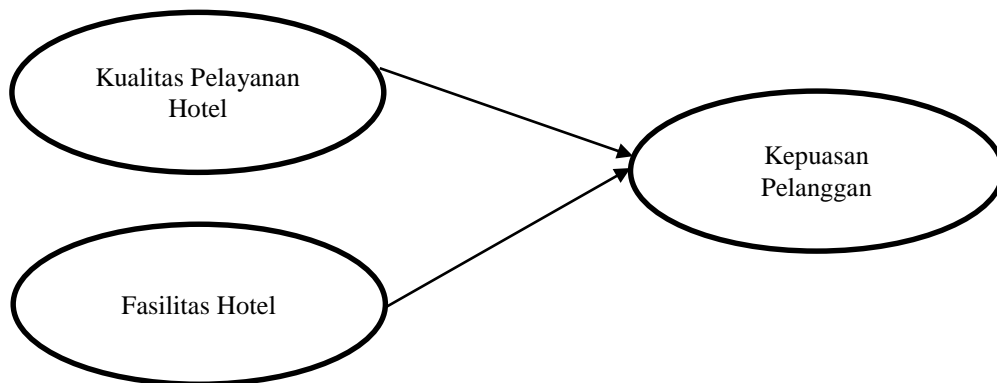


Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, semakin baik fasilitas yang disediakan kepada konsumen maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen. Kotler (2011) menyatakan salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen dengan memberikan fasilitas yang sebaik-baiknya untuk mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan dengan memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna jasa. Studi dari Srijani (2017) menyatakan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Studi dari Yowanti, Febri et al., 2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi dari (Suwandi et al., 2015) menyatakan *brand image*, harga, kualitas layanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari penjelasan di atas penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Fasilitas hotel tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H₁: Fasilitas hotel memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan



Sumber: Loindong (2016)

Gambar 1. Rerangka Konseptual

METODE

Pada penelitian yang sedang dilakukan menggunakan metode, yaitu metode kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode pengolahan data SPSS ver. 25. Populasi yang untuk penelitian saat ini merupakan mahasiswa UPH Semester VII Fakultas Pariwisata dengan menggunakan *simple random sampling* dari 75 orang di UPH yang sudah melakukan perjalanan ke Bali dan menginap di hotel Harris Seminyak. Dikatakan *random* karena setiap unsur di populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai subyek untuk menjadi sampel penelitian. Adapun populasi dari penelitian sebesar 224 mahasiswa program studi pengelolaan perhotelan. Tetapi karena keterbatasan waktu dari penulis hanya mengambil 75 responden. Menurut Sekaran & Bougie (2016), data-data yang akan diperlukan bagi penelitian ini diperoleh melalui kuesioner online dan kajian literatur. Menurut Sekaran & Bougie (2016), skala dalam pengukuran yang tepat untuk penelitian yang sedang diteliti ialah menggunakan skala *likert*. Terdapat 6 tingkatan skala *likert*, ialah : 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Cenderung Tidak Setuju (CTS), 4 = Cenderung Setuju (CS), 5 = Setuju (S), 6 = Sangat Setuju (SS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskriptif

Pada analisa ini, peneliti telah menyebarkan 75 kuesioner kepada mahasiswa Semester VII program studi pengelolaan perhotelan. Kuesioner-kuesioner tersebut dibagi di Universitas Pelita Harapan.

1. Profil Responden

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Laki-Laki	42	56
2	Perempuan	33	44
3	TOTAL	75	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel yang dapat dilihat di atas bisa diketahui jika responden yang mayoritas ialah memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang (56%) dan sebaliknya jenis kelamin perempuan sebanyak 33 orang (44%).

Tabel 2. Usia Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	17-20	75	100
2	21-23	0	0
3	24-26	0	0
	TOTAL	75	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel yang dapat dilihat dari atas dapat diketahui jika responden yang berusia 17-20 tahun sebanyak 75 orang (100 %)

Tabel 3. Apakah Pernah Mengunjungi Hotel Harris Seminyak Bali

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Sudah	75	100
2	Belum	0	0
	TOTAL	75	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dari tabel yang di atas dapat diketahui seluruh responden sudah pernah mengunjungi Hotel Harris Seminyak Bali sebanyak 75 responden.

2. Hasil Validitas Dan Reabilitas

Uji Validitas merupakan tes untuk mengukur apakah kuesioner itu *valid* atau tidak Untuk mengukur validitas yang dikatakan valid kalau r hitungnya lebih besar daripada r tabel, jika sebaliknya dikatakan tidak valid. Pengujian pertama ini untuk menguji validitas dari variabel *service quality* :

Tabel 4. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No.	Keterangan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	KP1	0.227	.352	Valid
2	KP2	0.227	.352	Valid
3	KP3	0.227	.393	Valid
4	KP4	0.227	.247	Valid
5	KP5.	0.227	.386	Valid



Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dalam tabel diatas dapat dilihat jika nilai dari r hitung lebih besar dari pada r tabel maka item dari pertanyaan diatas untuk variabelnya kualitas pelayanan dinyatakan valid. Selanjutnya merupakan pengujian ini untuk menguji validitas dari fasilitas hotel:

Tabel 5. Uji Validitas Fasilitas Hotel

No.	Keterangan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	FH1	0.227	.469	Valid
2	FH2	0.227	.460	Valid
3	FH3	0.227	.413	Valid
4	FH4	0.227	.289	Valid
5	FH5	0.227	.488	Valid

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dalam tabel yang di atas dapat diketahui jika nilai dari r hitung lebih bersar dari pada r tabel maka item dari pertanyaan di atas untuk variabel Fasilitas Hotel dinyatakan valid

Tabel 6. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No.	Keterangan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	KP1	0.227	.401	Valid
2	KP2	0.227	.219	Valid
3	KP3	0.227	.574	Valid
4	KP4	0.227	.580	Valid
5	KP5	0.227	.409	Valid

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dalam tabel yang di atas dapat diketahui jika nilai dari r hitung lebih besar dari pada r tabel maka item dari pertanyaan di atas untuk variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid

Uji reabilitas merupakan tes untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran relative konsisten. Kalau *chronbach alpha* >0.6, dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 7. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Chronbach's Alpha	N of Items	Ket
1	Kualitas pelayanan Hotel	.605	5	Reliabel
2	Fasilitas Hotel	.682	5	Reliabel
3	Kepuasan pelanggan	.678	5	Reliabel

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika masing-masing dari variabel penelitian di atas mempunyai nilai > 0.6 atau dapat dinyatakan reliabel.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji (R^2) atau uji koefisien determinasi merupakan tes yang dapat mengetahui kemampuan dalam menerangkan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas hotel serta kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Sig. F Change
1	.473 ^a	.224	.168	2.54930	.003

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika dari koefisien determinan (R^2) sebesar 0.168, maka dapat dinyatakan kualitas pelayanan hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 16.8%, sisanya di jelaskan oleh variabel lainnya dan signifikansi F yang sebesar 0.03 yang membuktikan jika kualitas pelayanan hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Sig. F Change
1	.547 ^a	.300	.249	1.86498	.000

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika dari koefisien determinan (R^2) sebesar 0.249 maka dapat dinyatakan fasilitas hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 24.9%, sisanya di jelaskan oleh variabel lainnya dan signifikansi F yang sebesar 0.000 yang membuktikan jika fasilitas hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

4. Uji F

Uji F merupakan tes buat mengetahui dari pengaruh dalam *variable* kualitas pelayanan hotel dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan dan menguji apakah signifikan atau tidak. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 10. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	129.305	5	25.861	3.979	.003 ^b
	Residual	448.426	69	6.499		
	Total	577.731	74			

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika f hitung menunjukkan hasil 3.979 Nilai dari f tabel & df 1 = 5 & df 2 = 69 adalah 2.35 , maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang dapat diartikan signifikan kualitas pelayanan hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 11. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	102.712	5	20.542	5.906	.000 ^b
	Residual	239.994	69	3.478		
	Total	342.706	74			

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika f hitung menunjukkan hasil 5.906 Nilai dari f tabel & df 1 = 5 & df 2 = 69 adalah 2.35 , maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang dapat diartikan signifikan fasilitas hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

5. Uji t

Uji t ialah tes yang dapat mengetahui kebenaran hipotesis yang menyatakan mean dari kelompok. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized	Sig
-------	-----------------------------	--------------	-----



	B	Std. Error	Coefficients		
			Beta		
1 (constant)	-12.578	8.939	-1.407	.164 ^b	
KP1	-1.606	1.572	-.130	-1.021	.311
KP2	1.591	.640	.286	2.485	.015
KP3	-.296	.964	-.038	-.307	.760
KP4	2.026	.690	.323	2.937	.005
KP5	.527	1.210	.057	.436	.664

Sumber: Diolah (2020)

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 KP1 + \beta_2 KP2 + \beta_3 KP3 + \beta_4 KP4 + \beta_5 KP5 + e$$

$$Y_1 = -12.578 - 0,130DT1 + 0.286DT2 - 0,038DT3 + 0,323DT4 + 0,057DT5 + 8.939$$

Berdasarkan Tabel di atas, nilai $|t| = -1.407$. Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *level of significant* $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k-1 = 71$ adalah sebesar 1,993. Karena nilai $|t| > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 13. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (constant)	-49.365	3.982		-3.543	.001 ^b
FH1	2.252	.576	.358	-.498	.620
FH2	2.246	.591	.358	.903	.370
FH3	2.409	.583	.358	.872	.386
FH4	1.357	.310	.458	-.560	.577
FH5	.364	.476	.072	3.957	.000

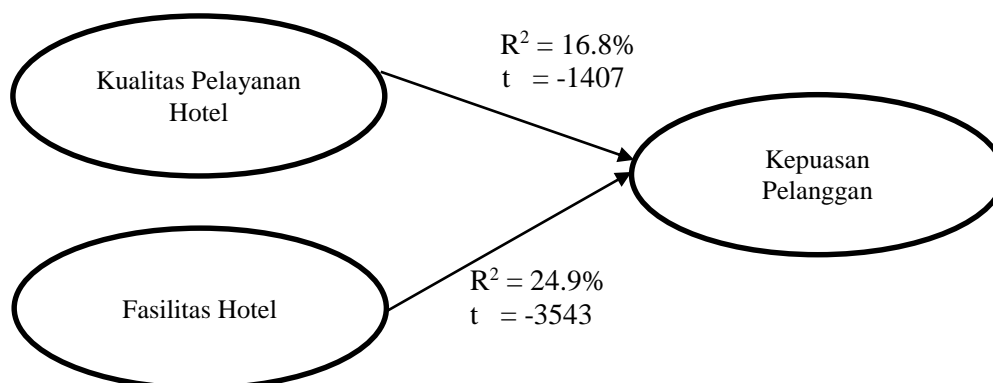
Sumber: Diolah (2020)

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 FH1 + \beta_2 FH2 + \beta_3 FH3 + \beta_4 FH4 + \beta_5 FH5 + e$$

$$Y_1 = -49.365 + 0.358FH1 + 0.358FH2 - 0,358FH3 + 0,458FH4 + 0,072FH5 + 3.982$$

Berdasarkan tabel di atas, nilai $|t| = -3.543$. Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *level of significant* $\alpha = 0,05$ dan $df = n-k-1 = 71$ adalah sebesar 1,993. Karena nilai $|t| > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas hotel secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Hasil Akhir Model Penelitian



Gambar 2. Hasil Akhir Model Penelitian

Untuk *variable* Kualitas pelayanan hotel terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil $t_{hitung} = 3.979 > t_{tabel} = 2.490$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Model regresi untuk variabel adalah 16.8% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, dan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Untuk *variable* Fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil $t_{hitung} = 5.906 > t_{tabel} = 2.560$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Model regresi untuk variabel adalah 24.9% yang menunjukkan bahwa fasilitas hotel dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, dan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Dapat dilihat dari tabel di atas hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan hotel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang sesuai dengan penelitian Loindong (2016) dan Putra & Afandi (2018) Hal yang sangat penting dalam mengembangkan hotel adalah melalui kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Fasilitas yang disediakan sebuah hotel dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Studi menurut Mongkaren (2013) fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena sifat layanan yang multidimensi dan subyektif, yang sangat sulit untuk mengukur kualitas jasa dengan kualitas produk secara nyata (Giannakos et al 2012), dengan meningkatnya industri jasa, kualitas pelayanan sudah menjadi kebutuhan. Model SERVQUAL ini dikenal sebagai alat yang paling sukses untuk mengukur kualitas layanan. SERVQUAL adalah model yang paling populer digunakan untuk mengukur kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di industri jasa (Gencer, Y.G. and Akkucuk, 2017; Roslan et al., 2015) Hal ini sangat valid, andal, dan dapat diterapkan secara luas di seluruh organisasi di sektor jasa; dan banyak digunakan daripada model pesaing lainnya (Gencer, Y.G. and Akkucuk, 2017; Munusamy et al., 2010). Kepuasan pelanggan telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor kunci keberhasilan industri jasa. Sifat layanan multidimensi memiliki hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan (Azmian et al., 2012) Dalam industri perhotelan, layanan yang diberikan melibatkan atribut campuran berwujud produk dan layanan yang mudah rusak, maka kepuasan pelanggan di industri perhotelan terbentuk atas produk dan layanan yang disediakan (Forozia et al., 2013). tetapi kualitas layanan pasti berhubungan dengan kepuasan pelanggan (Munusamy et al., 2010; Roslan et al., 2015) sehingga sering ditemukan hubungan langsung antara keduanya.

PENUTUP

Berdasarkan dari hasil yang sudah diteliti dan dari hasil dari bahasan yang sudah dianalisis terdapat pengaruh yang positif dan hasil yang signifikan kualitas pelayanan hotel dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan yang sejalan dengan penelitian Loindong (2016) dan Putra & Afandi, (2018) Studi ini menyoroti beberapa kontribusi, namun juga memiliki keterbatasan penelitian. Keterbatasan dari penelitian ini merupakan studi *cross sectional* hanya meneliti variabel kualitas pelayanan dan fasilitas hotel dan kepuasan pelanggan, saran untuk peneliti selanjutnya untuk mengembangkan studi longitudinal dalam memvalidasi mekanisme kausal dan mendapatkan lebih banyak hasil secara umum, Serta kualitas pelayanan juga harus dipertimbangkan dalam kegiatan akademis dan praktis yang menegaskan perannya sebagai penggerak penting kepuasan pelanggan. Studi ini juga hanya memilih mahasiswa program studi pengelolaan perhotelan sebagai responden yang pernah menginap di hotel Harris Seminyak Bali, untuk itu peneliti menyarankan agar penelitian dilakukan di hotel seluruh Indonesia dan menambah jumlah responden dengan menambahkan variabel moderasi maupun variabel mediasi harga, kepercayaan, *brand image*, loyalitas konsumen serta analisis menggunakan PLS-SEM.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Khattab, S. A., & Aldehayyat, J. S. (2011). *Perceptions of Service Quality in Jordanian Hotels. International Journal of Business and Management*, 6(7), 226-233. <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v6n7p226>.
- Alaska, A. K., & Supain, C. C. (2014). *A study on the relationship between customer satisfaction and employee service delivery at Sutera Sanctuary Lodges's front office department at Kinabalu Park, Kundasang, Sabah, Malaysia. In SHS Web of Conferences (pp. 01079). EDP Sciences.*
- Alexander, H. B. (2015). "Booming" hotel di Indonesia terjadi kurun 2015-2018. Retrieved March 2016 from Properti.kompas.com/read/2015/02/08/200000921/Booming.Hotel.di.Indonesia.Terjadi.Kurun.2015-2.
- Ariffin, A. and Maghzi, A. (2012). *A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: influences of personal and hotel factors*", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 31 No. 1, pp. 191-198.
- Arifin, S. (2011). *Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 8, 67-78.
- Azmian, M., Nasrinahr, E. and Foroughi, A. (2012). *Relationship marketing in the Malaysian hotel industry*", *International Proceedings of Economics Development and Research*, Vol. 39, pp. 113-17.
- Forozia, A., Zadeh, M.S. and Gilani, M. H. (2013). *Customer satisfaction in hospitality industry: Middle East tourists at 3 star hotels in Malaysia*", *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, Vol. 5 No. 17, pp. 4329-35.
- Gencer, Y.G. and Akkucuk, U. (2017). *Measuring quality in automobile aftersales: AutoSERVQUAL Scale*", *Amfiteatru Economic*, Vol. 19 No. 44, pp. 110-23.
- Kim-Soon, N., Rahman, A. and Visvalingam, L. (2014). *SERVQUAL: can it be used to differentiate guest's perception of service quality of 3 Star from a 4 star hotel*", *International Business Research*, Vol. 7 No. 7, pp. 38-47.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (Global Edi).
- Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. In Jakarta : Penerbit Salemba Empat.*
- Loindong, S. M. dan S. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/11715/11308>.
- Mohsin, Asad., ve Lockyer, T. (2010). *Customer Perceptions of Service Quality in Luxury Hotels in New Delhi, India: An Exploratory Study. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2),160-173.
- Mongkaren, S. (2013). *Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 493-503.
- Munusamy, J., Chelliah, S. and Mun, H. W. (2010). *Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia*", *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 1 No. 4, pp. 398-404.
- Nurchahyo, R., Fitriyani, A., & Hudda, I. N. (2017). *The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta. Binus Business Review*, 8(1), 23. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i1.1790>
- Putra, A. D., & Afandi, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak Fasilitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Atria Malang. J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 544-549.
- Rao, P.S. and Sahu, P. C. (2013). *Impact of service quality on customer satisfaction in hotel industry*", *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 18 No. 5, pp. 39-44.
- Roslan, N.A., Wahab, E. and Abdullah, N. (2015). *Service quality: a case study of logistics sector in Iskandar Malaysia using SERVQUAL model*", *Global Conference on Business & Social Science-2014, Elsevier, Kuala Lumpur*, pp. 457-62.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business (7 ed.)*. West Sussex: John Wiley &

Sons Ltd.

- Shafiq, A., Mostafiz, M. I., & Taniguchi, M. (2019). Using SERVQUAL to determine Generation Y's satisfaction towards hoteling industry in Malaysia. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 62–74. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2018-0004>
- Srijani, N. (2017). *PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ASTON MADIUN HOTEL & CONFERENCE CENTER* Ninik. 7, 8.
- Sulistiyono, A. (2008). *Manajemen Penyelenggara Hotel, Cetakan ke 6, Penerbit Alfabeta, Bandung.*
- Suwandi, M. M., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2015). The Influence of Brand Image , Price , Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction At Aston Hotel Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 605–615.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Yogyakarta: Andi.
- Yowanti, Febri, Iskandar, Iskandar & Syahrudin, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Fatma Di Tenggara. *JEMI Vol 15/ No 1/Juni/2015*, 1–12.

