

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL BINTANG LIMA PEKANBARU

Oleh :

Nico Pratama Onasie

Pembimbing : Jushermi dan Henny Noviasari

Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Email : nicoprutama@yahoo.co.id

The Analysis Of Service Quality And Price Towards Customer Satisfaction In Bintang Lima Hotel Pekanbaru

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of partial and simultaneous variable service quality and price on customer satisfaction levels Five Star Hotels in Pekanbaru. The study was conducted on December 1, 2013 until May 10, 2014 in the city of Pekanbaru Riau. Di province in this study consisted of five variables: the dependent variable and four independent variables. These variables are the Customer Satisfaction (Y), Interaction Quality (X1) Physical Environment Quality (X2) Outcomes Quality (X3) Price (X4). The study was conducted using a sample of 100 people. studies using random sampling techniques. In terms of data analysis, research using multiple linear regression analysis with SPSS (Statistical Package for Social Science) version 20.0. Known quality of service and price positive and significant impact on consumer satisfaction Five Star Hotels Pekanbaru either simultaneously or partially. The variables are the dominant influence on the Five Star Customer Satisfaction Pekanbaru is the variable quality of the Physical Environment. So the consumer needs for quality interaction, physical environment quality, quality and quality results at an affordable price can increase customer satisfaction Pekanbaru. Untuk Five Star Hotels, the management of the hotel should continue to improve the quality of interaction and quality of service associated with the corresponding consumer expectations, as well adjust the price in accordance with customer expectations.

Keywords: Service Quality, Interaction Quality, Physical Environment Quality, Outcomes Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah

perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Tingginya tingkat persaingan yang terjadi menuntut perusahaan untuk mempunyai kualitas pelayanan yang standar. Mengingat keberadaan konsumen merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan, maka perusahaan

menyadari betapa sentralnya peranan konsumen. Perusahaan harus mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen dalam usahanya agar konsumen mendapat kepuasan yang optimal.

Perusahaan menyadari bahwa dengan terciptanya kepuasan pelanggan bisa menghasilkan pendapatan yang besar, sehingga untuk menghadapi resiko kehilangan pelanggan dengan mengabaikan keluhan terhadap permasalahan kecil yang tidak dapat dianggap remeh. Apabila perusahaan menimbulkan pelanggan yang tidak puas maka ia akan menceritakannya pada setiap orang, dan orang yang mendengar cerita tadi akan menceritakannya kepada orang lain dan seterusnya. Jelas kata-kata yang buruk dari mulut ke mulut lebih cepat daripada kata-kata yang baik dan dengan mudah bisa meracuni sikap publik mengenai produk perusahaan.

Industri perhotelan, khususnya, adalah salah satu industri yang memadukan produk dan layanan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi tamu khususnya para tamu yang menginap atau *Occupant*. Karena dengan produk atau jasa pelayanan yang diberikan dapat memuaskan kepada *Occupant* maka mereka akan membandingkan pelayanan yang diberikan dari satu hotel dengan hotel lain.

Apabila merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di tempat yang sama. Kualitas layanan yang baik sangat dibutuhkan bagi perkembangan sebuah hotel, agar tamu yang datang menginap menjadi nyaman dan tertarik untuk kembali lagi ke hotel tersebut. Kualitas

layanan yang baik seperti *Reliability* keandalan, *Responsiveness* daya tanggap, *Assurance* jaminan, *Emphaty* perhatian, *Tangible* berwujud harus dapat diwujudkan dengan baik oleh pihak pengelola hotel dan para pegawai hotel tersebut.

Di Pekanbaru sendiri memiliki banyak hotel berkualitas dan berbintang, namun tak jarang hotel berbintang kualitasnya di sorot karena tidak memberikan pelayanan yang sesuai dengan kualitas yang menyatakan hotelnya berbintang khususnya hotel berbintang satu yang cukup banyak di Pekanbaru, sehingga menciptakan persaingan untuk membuat kualitas pelayanan yang lebih baik bagi hotelnya untuk kepuasan pelanggan. Hotel Bintang Lima merupakan salah satu hotel bintang satu Di Pekanbaru yang perlu evaluasi terus-menerus untuk dapat memenangkan persaingan dari para pesaingnya di kelas hotel bintang satu.

Hotel Bintang Lima juga merupakan hotel yang berani menamai hotelnya dengan kelas bintang lima dengan sikap optimis walaupun Hotel Bintang Lima adalah hotel bintang satu, namun hotel bintang lima dapat memberikan pelayanan seperti hotel bintang lima. Namun hal ini juga perlu kerja keras dari pihak hotel untuk mewujudkan dari pencapaian yang diinginkan oleh pihak hotel itu sendiri.

Dilihat adanya beberapa pesaing dari Hotel Bintang Lima di Pekanbaru akan sangat ketat dalam mendapatkan pelanggan yang tetap dalam persaingan hotel bintang satu. Hal ini mengindikasikan diperlukan pelayanan yang terbaik dalam memuaskan pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan dan akhirnya pelanggan dapat loyal

terhadap hotel yang dinapnya dan memberikan nilai yang lebih dari konsumen untuk hotel yang memberikan pelayanan yang terbaik, walaupun hanya berbintang satu. Hotel Bintang lima harus memberikan persaingan dengan strategi baik dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk membuat para pelanggan merasa puas dan loyal dengan Hotel Bintang Lima. Perlunya evaluasi terus-menerus sangat perlu dilakukan dimana kekurangan dari Hotel Bintang Lima yang perlu untuk ditingkatkan agar konsumen puas dan loyal dengan Hotel Bintang Lima dan dapat memenangkan persaingan dari para pesaingnya yang lain.

Hotel Bintang Lima jumlah penjualan kamarnya dari tahun 2008-2012 bergerak dengan naik turun, yaitu kalau kita lihat pada tahun 2010 penjualan kamar terendah dan jumlah penjualan kamar tertinggi pada tahun 2012. Sedangkan untuk Hotel Nuansa juga mengalami naik dan turun penjualan kamarnya dari tahun 2008-2012. Untuk kedua hotel mengalami kenaikan penjualan di tahun 2012 saat berlansungnya acara PON Riau, sehingga indikasinya penjualan meningkat saat banyak para peserta dari luar yang datang menginap di Pekanbaru untuk mengikuti pertandingan.

Namun Hotel Bintang Lima tetap masih dikatakan kalah bersaing dari Hotel Nuansa, sehingga menimbulkan indikasi adanya permasalahan yang di alami oleh Hotel Bintang Lima dalam bersaing mendapatkan banyaknya jumlah pengunjung hotel Bintang Lima Pekanbaru. Hotel Bintang Lima sendiri terletak di Jalan Jalan Teuku Umar No.18 A-B, Pekanbaru.

Berdasarkan Riset yang dilakukan atas respon tingkat kepuasan pelanggan Hotel bintang lima Pekanbaru terlihat 26,66 % responden memilih bahwa kualitas layanan Hotel bintang lima Pekanbaru puas, 34,16 % dari responden menilai cukup puas, dan kemudian terdapat respon sebesar 39,16 % tidak puas. Jadi dapat kita lihat kesimpulan dari riset yang dilakukan para pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru merasa tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru. Sehingga memunculkan permasalahan untuk mencari tahu apa yang menyebabkan ketidakpuasan dari pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka penelitian ini berusaha untuk mengetahui dan menganalisis Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. Dengan demikian masalah yang hendak di rumuskan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru?

KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan (Tjiptono). Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) atau sering disebut juga dengan *Total Customer Satisfaction* menurut Barkelay dan Saylor merupakan fokus dari proses *Customer-Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas.

Begitu juga definisi singkat tentang kualitas yang dinyatakan oleh Juran (2003) bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan. Kualitas termasuk semua elemen yang diperlukan untuk memuaskan tujuan pelanggan, baik internal maupun eksternal, juga termasuk tiap-tiap item dalam produk kualitas, kualitas layanan, *performance*, *availability*, *durability*, *aesthetic*, *reability*, *maintainability*, *logistic*, *supprtability*, *costomer service*, *training*, *delivery*, *billing*, *shipping*, *repairing*, *marketing*, *warranty*, dan *life cycle cost*. Melalui komunikasi, baik antar pelanggan maupun dengan *supplier* akan menjadikan harapan bagi pelanggan terhadap kualitas produk yang dibelinya.

Pemahaman terhadap harapan-harapan pelanggan oleh *supplier* merupakan *input* untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas produk, baik barang maupun jasa. Pelanggan akan membandingkan dengan produk jasa lainnya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (2010) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu:

1. Tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
2. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
 - a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan
 - b. Tingkat ketidakpuasan pelanggan
 - c. Manfaat yang diperoleh
 - d. Pengetahuan dan pengalaman
 - e. Sikap pelanggan terhadap keluhan
 - f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi
 - g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Menurut Moenir (2005), agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu:

1. Tingkah laku yang sopan
2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan
3. Waktu penyampaian yang tepat
4. Keramahtamahan.

Dari uraian yang telah dipaparkan di atas, maka untuk kepentingan penelitian ini dapat ditetapkan faktor-faktor yang ada relevansinya dengan penelitian ini dan disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, yaitu (1) faktor berwujud (*tangible*) (2) faktor ketanggapan (*responsiveness*), dan (3) faktor keyakinan (*assurance*).

Manfaat Pengukuran Kepuasan

Menurut Gerson (2004), manfaat utama dari program pengukuran adalah tersedianya umpan balik yang segera, berarti dan objektif. Dengan hasil pengukuran orang bisa melihat bagaimana mereka melakukan pekerjaannya, membandingkan dengan standar kerja, dan memutuskan apa yang harus dilakukan untuk melakukan perbaikan berdasarkan pengukuran tersebut. Ada beberapa manfaat pengukuran kepuasan antara lain sebagai berikut :

- a. pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkan menjadi pelayanan yang prima kepada

pelanggan.

- b. Pengukuran bisa dijadikan dasar menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan mereka menuju mutu yang semakin baik dan kepuasan pelanggan yang meningkat.
- c. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana, terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau yang memberi pelayanan.
- d. Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan bagaimana harus melakukannya. Informasi ini juga bisa datang dari pelanggan.
- e. Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitasnya yang lebih tinggi.

Klasifikasi kepuasan

Menurut Gerson (2004), untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dapat diklasifikasikan dalam beberapa tingkatan sebagai berikut :

- a) Sangat memuaskan

Diartikan sebagai ukuran subjektif hasil penilaian perasaan pelanggan yang menggambarkan pelayanan hotel sepenuhnya atau sebagian besar sesuai kebutuhan atau keinginan pelanggan, seperti sangat bersih (untuk prasarana), sangat ramah (untuk hubungan dengan pelayan), atau sangat cepat (untuk proses administrasi), yang seluruhnya menggambarkan tingkat kualitas pelayanan yang paling tinggi.

b) Memuaskan

Diartikan sebagai ukuran subjektif hasil penilaian perasaan pelanggan, yang menggambarkan pelayanan hotel tidak sepenuhnya atau sebagian sesuai kebutuhan atau keinginan seperti tidak terlalu bersih (untuk sarana), agak kurang cepat (proses administrasi), atau kurang ramah, yang seluruhnya ini menggambarkan tingkat kualitas yang kategori sedang.

c) Tidak memuaskan

Diartikan sebagai ukuran subjektif hasil penilaian perasaan pelanggan rendah, yang menggambarkan pelayanan kesehatan tidak sesuai kebutuhan atau keinginan seperti tidak terlalu bersih (untuk sarana), agak lambat (untuk proses administrasi), atau tidak ramah.

d) Sangat tidak memuaskan.

Diartikan sebagai ukuran subjektif hasil penilaian perasaan pelanggan yang rendah, menggambarkan pelayanan kesehatan tidak sesuai kebutuhan atau keinginan seperti tidak bersih (untuk sarana), lambat (untuk proses administrasi), dan tidak ramah. Seluruh hal ini menggambarkan tingkat kualitas yang kategori paling rendah.

Berpedoman pada skala pengukuran yang dikembangkan likert dikenal dengan istilah skala likert, kepuasan pasien dikategorikan menjadi, sangat puas, agak puas, dan tidak puas. Kategori ini dapat dikuantifikasi misalnya ; sangat puas bobotnya 3, agak puas bobotnya 2, dan tidak puas bobotnya 1 (Utama, 2003).

Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan yang dikembangkan dari Tjiptono (2010) terdiri dari:

1. Merasa senang selama setelah melakukan pembelian
2. Selalu melakukan pembelian
3. Pilihan berbelanja yang tepat
4. Merekomendasikan

Kualitas Layanan

Parasuraman, et.al dalam Lupiyoadi (2006) mengemukakan bahwa kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Sedangkan menurut Kotler (2003) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*Perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*).

Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2008).

Dimensi Kualitas Layanan

Brady dan Cronin (2003) mengembangkan tiga dimensi utama yang menjadi kualitas jasa yakni:

- a) kualitas interaksi (*interaction Quality*), yaitu kemampuan perusahaan dalam melakukan hubungan dengan konsumen baik dari segi sikapnya, perilaku, dan keahlian dari pihak perusahaan.
- b) kualitas lingkungan fisik (*Physical environment Quality*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan kondisi lingkungan layanan yang baik bagi para konsumennya yang termasuk ambient conditions, desain fasilitas, dan faktor sosial
- c) kualitas hasil (*outcome quality*), yaitu hasil yang diberikan perusahaan kepada para konsumennya dalam pelayanan jasa, seperti waktu tunggu yang tidak terlalu lama, pengalaman yang baik, dan bukti fisik.

Konsep dan Pengertian Harga

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2010). Bagi produsen, harga dapat menjadi strategi dalam penjualan produk, ini karena harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli.

Besar kecilnya harga akan mempengaruhi banyak sedikitnya permintaan dari konsumen, di sisi lain produsen tidak bisa sembarangan menetapkan harga karena konsumen seringkali menghubungkan harga dengan kualitas. Harga yang rendah akan memancing minat konsumen lebih besar namun juga dapat memberikan persepsi kualitas yang kurang bagus. Sebagai contoh adalah produk sepeda motor asal China yang

dipasarkan dengan harga murah, namun justru dipandang kurang berkualitas.

Bagi konsumen harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

1. Peranan alokasi dari harga yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
2. Peranan informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas.

Hipotesis

1. Diduga variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru
2. Diduga variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penarikan sampel dengan metode *Accidental Random Sampling* yang mengukur dampak antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)

Hotel Bintang Lima Pekanbaru”. Dalam penelitian ini akan menggunakan sampel sebanyak 100 orang tamu yang menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Data penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dari para responden terpilih. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode regresi berganda dengan alat statistik yang dipergunakan adalah SPSS 20 for windows.

ANALISIS DATA

Responden yang merupakan tamu yang menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru sebagian besar adalah berumur 31-35 tahun yaitu sebanyak 35 orang (35%) dan

memiliki pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 42 orang (42%) memiliki pendapatan perbulan Rp > 3.000.000 – Rp 5.000.000 yaitu sebanyak 50 orang (50%) dan sebagian besar menggunakan jasa hotel untuk keperluan bisnis sebanyak 47 orang (47%) dan menginap ≥ 4 hari yaitu sebanyak 55 orang (55%) dan sebagian besar pernah mengajukan complain atas pelayanan hotel yaitu sebanyak 52 orang (52%) sebagian besar complain yang diajukan oleh tamu hotel diakibatkan karena pihak tamu tidak puas atas pelayanan yang diberikan yaitu sebanyak 48 orang (48%) dan sebagian besar berpendapat tidak akan melakukan penginapan ulang yaitu sebanyak 52 orang (52%).

Tabel 5.20 : Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.981	.275		3.567	.001
KualitasInteraksi	.198	.055	.260	3.095	.003
KualitasLingkunganFisik	.261	.047	.238	3.372	.001
KualitasHasil	.158	.069	.228	2.886	.005
Harga	.172	.073	.300	3.586	.001

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

PEMBAHASAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL Kualitas Interaksi

Brady dan Cronin (2003) mengembangkan tiga dimensi utama yang menjadi kualitas layanan jasa yakni salah satunya adalah kualitas interaksi (*interaction Quality*). Kualitas Interaksi yaitu kemampuan perusahaan dalam melakukan hubungan dengan konsumen baik

dari segi sikapnya, perilaku, dan keahlian dari pihak perusahaan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa variabel Kualitas Interaksi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 3.095 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,980. dan P_{value} sebesar $0,003 < 0,05$).

Kualitas Interaksi ini diukur dengan indikator :

1. Kemampuan karyawan dapat membantu melayani konsumen dengan profesional
2. Perilaku karyawan dapat dipercaya dan di andalkan
3. Sikap karyawan ramah dan sopan kepada konsumen.

Dari indikator tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang didapat sebesar 2.39 dengan melihat rentang skala yang telah peneliti peroleh sebelumnya skor 2.39 berada di rentang skala 1,80 - 2,59 dan bernilai rendah, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas interaksi yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru tergolong rendah sehingga tidak mendukung terciptanya kepuasan konsumen.

Sebagian besar responden yang merupakan tamu yang melakukan penginapan di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menjawab tidak setuju bahwa variabel kualitas interaksi yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru memiliki keunggulan karena responden yang merupakan konsumen dan pernah menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menyatakan tidak setuju bahwa sikap karyawan Hotel Bintang Lima Pekanbaru ramah dan sopan kepada konsumen, tidak setuju bahwa perilaku karyawan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat dipercaya dan dapat diandalkan selain itu sebagian besar responden juga menjawab tidak setuju bahwa keahlian dari *management* Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat membantu melayani konsumen dengan mudah.

Sehingga variabel kualitas interaksi yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru harus lebih

ditingkatkan karena masih tergolong rendah dalam menciptakan kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Hal ini harus menjadi perhatian yang serius bagi pihak pimpinan dan pihak manajemen Hotel Bintang Lima Pekanbaru yaitu untuk meningkatkan kualitas interaksi Hotel Bintang Lima Pekanbaru yang tergolong rendah sebaiknya pihak manajemen dan pimpinan melakukan pengarahan kepada setiap karyawan agar setiap karyawan Hotel Bintang Lima Pekanbaru memiliki sikap yang ramah dan sopan kepada setiap konsumen atau tamu hotel, selain itu juga melakukan kontrol secara berkala dan melakukan system standarisasi SOP dalam bekerja agar perilaku karyawan dapat dipercaya dan dapat diandalkan dalam melayani tamu yang menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Melakukan kegiatan training secara berkala agar keahlian dari management dapat membantu melayani konsumen dengan mudah. Sehingga apabila kualitas interaksi Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat ditingkatkan menjadi lebih baik dan konsumen pun akan merasa puas dan jumlah tamu hotel pun dapat meningkat.

Kualitas Lingkungan Fisik

Brady dan Cronin (2003) mengembangkan tiga dimensi utama yang menjadi kualitas layanan jasa yaitu kualitas interaksi (*Interaction Quality*) kualitas lingkungan fisik (*Physical environment Quality*) dan Kualitas Hasil. Kualitas Lingkungan Fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan kondisi lingkungan layanan yang baik bagi

para konsumennya yang termasuk *ambient conditions*, desain fasilitas, dan faktor sosial.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa variabel Kualitas Lingkungan Fisik (X2) dengan nilai t hitung sebesar 3.372 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 (lebih besar dari t tabel sebesar 1,980. dan PValue sebesar $0,001 < 0,05$), dengan demikian variabel Kualitas Lingkungan Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Lingkungan Fisik diukur dengan indikator :

- 1.Desain Interior dan eksterior hotel
- 2.Kondisi lingkungan bersih aman dan nyaman
- 3.Fasilitas lengkap dan memadai

Dari indikator tersebut umumnya dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang didapat sebesar 2.49 dengan melihat rentang skala yang telah peneliti peroleh sebelumnya skor 2.49 berada di rentang skala 1,80 - 2,59 dan bernilai rendah, maka dapat disimpulkan responden tidak setuju bahwa variabel kualitas lingkungan fisik yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru memiliki keunggulan karena responden yang merupakan konsumen dan pernah menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menyatakan tidak setuju bahwa Hotel Bintang Lima Pekanbaru memiliki desain interior dan desain eksterior yang memuaskan, tidak memiliki lingkungan yang bersih dan aman, dan nyaman dan fasilitas yang memadai.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut variabel kualitas lingkungan fisik yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru yang tergolong rendah harus lebih ditingkatkan lagi untuk menciptakan kepuasan pelanggan Hotel Bintang

Lima Pekanbaru dengan cara meningkatkan fasilitas yang tersedia bagi para tamu hotel, selalu menjaga kenyamanan,keamanan dan kebersihan hotel agar para tamu betah untuk menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru dan juga memperhatikan desain interior dan desain eksterior hotel yang menarik bagi para tamu.

Kualitas Hasil

Brady dan Cronin (2003) mengembangkan tiga dimensi utama yang menjadi kualitas layanan jasa yaitu kualitas interaksi (*Interaction Quality*) kualitas lingkungan fisik (*Physical environment Quality*) dan Kualitas Hasil. Kualitas hasil (*outcome quality*), yaitu hasil yang diberikan perusahaan kepada para konsumennya dalam pelayanan jasa, seperti waktu tunggu yang tidak terlalu lama, pengalaman yang baik, dan bukti fisik.

Kualitas Hasil diukur dengan indikator :

- 1.Pelayanan yang tidak lama
- 2.Pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan
- 3.Pelanggan mendapat pengalaman yang baik selama menginap

Dari indikator tersebut umumnya dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang didapat sebesar 2.26 dengan melihat rentang skala yang telah peneliti peroleh sebelumnya skor 2.26 berada di rentang skala 1,80 - 2,59 dan bernilai rendah, maka dapat disimpulkan responden tidak setuju bahwa variabel kualitas hasil yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru memiliki keunggulan karena responden yang merupakan konsumen dan pernah menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menyatakan tidak setuju bahwa Hotel Bintang Lima Pekanbaru memiliki pelayanan yang tidak lama, pelayanan yang diberikan

tidak sesuai dengan keinginan pelanggan dan pelanggan mendapatkan pengalaman yang kurang baik selama menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut sebagian besar responden yang pernah melakukan penginapan di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menyatakan bahwa kualitas interaksi yang dimiliki oleh Hotel Bintang lima tergolong rendah dan cenderung tidak memuaskan konsumen, oleh karena itu ini harus menjadi perhatian yang serius bagi pihak manajemen dan pihak pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Sebaiknya pihak manajemen dan pihak pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru memberikan pengarahan secara berkala dan juga melakukan koordinasi berkala kepada setiap karyawan hotel, agar dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap keperluan para tamu hotel, selain itu memberikan angket atau kuisisioner kepada para tamu dan juga aktif menyapa dan melakukan komunikasi dua arah kepada para tamu Hotel Bintang Lima Pekanbaru untuk mengetahui keinginan dan harapan para tamu terhadap pelayanan jasa dan dengan usaha untuk mewujudkan keinginan para tamu hotel tersebut. Selain itu juga menjaga keamanan dan kenyamanan juga kejujuran para karyawan hotel agar para tamu mendapatkan kesan dan pengalaman yang baik selama menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru.

Harga

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu

barang atau jasa (Tjiptono, 2010). Bagi produsen, harga dapat menjadi strategi dalam penjualan produk, ini karena harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli. Besar kecilnya harga akan mempengaruhi banyak sedikitnya permintaan dari konsumen, di sisi lain produsen tidak bisa sembarangan menetapkan harga karena konsumen seringkali menghubungkan harga dengan kualitas.

Harga yang rendah akan memancing minat konsumen lebih besar namun juga dapat memberikan persepsi kualitas yang kurang bagus. Bagi konsumen harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa variabel Harga (X4) dengan nilai t hitung sebesar 3.586 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 (lebih kecil dari t tabel sebesar 1,980. dan PValue sebesar $0,001 < 0,05$.) dengan demikian variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga diukur dengan indikator :

1. Harga sesuai dengan kualitas layanan
2. Harga selalu bersaing dengan pesaing
3. Selalu melakukan penyesuaian harga
4. Memiliki penawaran harga khusus

Dari indikator tersebut umumnya dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang didapat sebesar 2.36 dengan melihat rentang skala yang telah peneliti peroleh sebelumnya skor 2.36 berada di rentang skala 1,80 - 2,59 dan bernilai rendah, maka dapat disimpulkan responden tidak setuju bahwa variabel harga yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima

Pekanbaru terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan oleh para konsumen karena responden yang merupakan konsumen dan pernah menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menyatakan tidak setuju bahwa harga yang ditetapkan Hotel Bintang Lima Pekanbaru sesuai dengan kualitas layanan, harga tidak selalu bersaing dengan pesaing, Hotel Bintang Lima Pekanbaru tidak selalu melakukan penyesuaian harga dan memiliki penawaran harga khusus kepada konsumen. Berdasarkan tanggapan responden tersebut variabel harga yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru harus dilakukan perbaikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dengan cara menciptakan harga yang ekonomis dan terjangkau oleh para konsumen dan menciptakan beragam promo harga yang menarik pada *event* dan hari libur tertentu karena konsumen akan tertarik terhadap berbagai promo harga yang menarik dan terjangkau. Selain itu juga menciptakan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan harga yang telah ditetapkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan (Tjiptono). Menurut Kotler (dikutip dalam Tjiptono, 2008) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kotler & Armstrong, (2010) berpendapat bahwa

perusahaan hendaknya lebih berusaha untuk meningkatkan harapan konsumen dan diimbangi dengan yang dihasilkan. Umumnya responden dapat dilihat bahwa rata-rata skor yang didapat sebesar 2.36 dengan melihat rentang skala yang telah peneliti peroleh sebelumnya skor 2.36 berada di rentang skala 1,80 - 2,59 dan bernilai rendah, maka dapat disimpulkan responden menyatakan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari kualitas interaksi (X1), kualitas lingkungan fisik (X2), kualitas hasil (X3) dan harga (X4) yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru yang dimiliki oleh Hotel Bintang Lima Pekanbaru masih tergolong rendah sehingga kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru juga tergolong rendah.

Karena responden yang merupakan konsumen dan pernah menginap di Hotel Bintang Lima Pekanbaru menyatakan tidak setuju bahwa merasa senang setelah melakukan penginapan di Hotel Bintang Lima Pekanbaru, tidak melakukan penginapan ulang di Hotel Bintang Lima Pekanbaru, dan juga mudah beralih pada jasa pesaing dan tidak merekomendasikan kepada orang lain. Berdasarkan tanggapan responden tersebut maka sebaiknya pihak manajemen dan pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan hotel yang diberikan kepada pelanggan agar kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan yang tergolong rendah ini apabila terus dibiarkan maka akan menyebabkan menurunnya jumlah pelanggan Hotel Bintang Lima, karena pelanggan yang tidak puas tersebut akan mencari kualitas pelayanan jasa hotel

lain yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan tersebut.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas Kualitas Interaksi (X1) Kualitas Lingkungan Fisik (X2) Kualitas Hasil (X3) dan variabel Harga (X4) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru artinya variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas Kualitas Interaksi (X1) Kualitas Lingkungan Fisik (X2) Kualitas Hasil (X3) dan variabel Harga (X4) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen sepeda motor Mio J di Pekanbaru.
2. Adanya pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas Kualitas Interaksi (X1) Kualitas Lingkungan Fisik (X2) Kualitas Hasil (X3) dan variabel Harga (X4) terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru artinya variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas Kualitas Interaksi (X1) Kualitas Lingkungan Fisik (X2) Kualitas Hasil (X3) dan variabel Harga (X4) masing-masing mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru.
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, apabila salah satu variabel ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan variabel kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dan apabila pihak manajemen dan pimpinan Hotel Bintang Lima

Pekanbaru ingin meningkatkan kepuasan pelanggan sebaiknya meningkatkan seluruh variabel Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Adapun variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas lingkungan fisik (X2) karena dibenak konsumen sudah melekat bahwa apabila lingkungan fisik dapat memberikan kenyamanan, lengkap dan bersih maka akan sangat menunjang terciptanya kepuasan pelanggan

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru, maka penulis menyarankan :

1. Pihak manajemen dan pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru, agar meningkatkan faktor kualitas layanan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. Kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan cara tetap menjaga kualitas layanan hotel dengan menyiapkan karyawan yang cepat tanggap dan siaga dalam melayani para pelanggan selain itu menjaga kenyamanan tamu dalam menginap dengan menjaga kebersihan dan ketersediaan fasilitas, dan juga menciptakan pengalaman yang baik kepada pelanggan dan juga menciptakan harga yang bersaing sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

2. Pihak manajemen dan pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru sebaiknya dapat meningkatkan variabel Kualitas Interaksi yang telah terbangun oleh konsumennya dan terus meningkatkan kualitas dan kemampuan para karyawannya agar dapat melayani konsumen secara professional yaitu dengan cara menciptakan pelayanan yang sigap dan tidak lama, cepat tanggap terhadap keinginan para tamu, dan karyawan ramah kepada para tamu dan perilaku karyawan dapat diandalkan dan dapat dipercaya sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Pihak manajemen dan pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru sebaiknya dapat meningkatkan variabel Kualitas Lingkungan Fisik yang telah terbangun oleh konsumennya yaitu dengan cara menciptakan kualitas lingkungan yang bersih aman dan nyaman, selain itu juga mempunyai juga meningkatkan fasilitas yang lengkap dan memadai sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Pihak manajemen dan pimpinan Hotel Bintang Lima Pekanbaru sebaiknya dapat mempertahankan variabel Harga yaitu dengan cara menciptakan harga yang sesuai dengan kualitas layanan, menciptakan harga yang bersaing, dan selalu memberikan harga penawaran khusus kepada para pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Bagi pihak pimpinan dan manajemen Hotel Bintang Lima Pekanbaru dengan besarnya pengaruh dari Kualitas Layanan

terhadap kepuasan pelanggan, maka sangat perlu dari perusahaan menjaga kualitas pelayanan tersebut agar tercipta kepuasan pelanggan yang lebih dalam menggunakan jasa Hotel Bintang Lima Pekanbaru sehingga apabila konsumen puas, konsumen tidak mudah berpaling ke pesaing dan jumlah tamu Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Astono, M. *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Hotel Srikandi Sidoarjo)”*. Jurnal Manajemen Bisnis. 2011.
- Husno, Praditya. *“Analisis Pengaruh Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan Fisik Dan Kualitas Hasil Terhadap Kualitas Jasa (Studi Kasus Hotel Cahaya Semarang)”*. Jurnal Manajemen Bisnis. 2011.
- Hu Yuan Hau dan Lee Yu Cheng. *“Service Quality Gaps Analysis based on Fuzzy Linguistic SERVQUAL”*. Jurnal emeralddisight. 2010
- Kotler, Philip & Gary Amstrong, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid 1*, Alih Bahasa : Alesander Sindoro dan Tim MarkPlus, PT.Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kurniawan, Muhammad. *“Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Terhadap*

- Konsumen pada Hotel Angkasa Pura Surabaya*".
Jurnal Manajemen Bisnis. 2007.
- Lamb,et al.2001. "*Pemasaran*".Salemba Empat : Jakarta
- Lovelock, H, Cristoper dan Wright. 2007. "*Manajemen Pemasaran Jasa*". Indeks: Yogyakarta.
- Martin, B William. 2005. "*Quality Customer Service*". Penerbit PPM: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, Dan Gregorious Chandra. 2007. "*Service Quality and Satisfaction*". Andi : Yogyakarta
- Nakoen Mahmood dan Dreza Mohamma. "*Hotel services Quality Assesment*". Jurnal emerald dsight. 2011
- Nurcaya, I Nyoman. 2008. "*Analisis Kualitas Pelayanan Nusa Dua Hotel Bali*". Jurnal Manajemen Bisnis. 2008
- Rambat Lapiyoadi dan A. Hamdani. 2006. "*Manajemen Pemasaran Jasa*". Salemba Empat: Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2008. "*Riset Pemasaran*". Gramedia Pustaka Umar: Jakarta.
- Saraga, Ester. 2005. "*Customer Satisfaction*". Andi. Yogyakarta.
- Simamora, B. 2004. "*Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*". Gramedia: Jakarta
- Sunarto.2003. "*Perilaku Konsumen*". Amus Yogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama : Yogyakarta
- Tasunar, Nanang. 2006 . "*Customer Value and Service Quality*". Salemba Empat: Jakarta
- Tjiptono, Fandy.2008. "*Strategi Pemasaran Jasa*". Rineka Cipta : Jakarta
- Tjiptono, Fandy.2008. "*Matric Scale*". Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy.2008. "*Service Manajemen Dalam Mewujudkan Layanan Prima*". Andi: Yogyakarta
- Utama, Agung. 2003. "*Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten. Jurnal Manajemen Bisnis*".
- Wisnalwati.2005. "*ManajemenJasa*". Indeks: Jakarta.
- Yahya, M. 2010. "*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Mitra Jakarta*". Jurnal Manajemen Bisnis.