

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di upscale hotel di kota Bandung

Istefa Suci Andari Putri Heng^{1✉}, Ersy Ervina², Umi Sumarsih³

Universitas Telkom, Fakultas Ilmu Terapan, Bandung.

Abstrak

Industri Perhotelan merupakan industri yang berkembang pesat, dimana salah satu faktor utamanya adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Adanya ulasan yang kurang memuaskan mengenai kualitas pelayanan dari berbagai tamu yang telah menginap di Upscale hotel di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Upscale hotel di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana. Adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden/tamu Upscale hotel di Kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa secara keseluruhan Upscale hotel di Kota Bandung memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik. Begitu pula hasil analisis deskriptif untuk variabel kepuasan tamu, secara keseluruhan tamu Upscale hotel di Kota Bandung merasa sangat puas menginap di Upscale Hotel. Hasil uji hipotesis parsial menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Tamu. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya memfokuskan Hotel dengan cakupan sampel yang lebih luas, dengan menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menambah sumber referensi.

Kata kunci: Pariwisata; upscale hotel; hospitality; kualitas pelayanan; kepuasan tamu

The effect of service quality on guest satisfaction at upscale hotels in Bandung

Abstract

The Hospitality Industry is a rapidly growing industry, where one of the main factors is the quality of service and customer satisfaction. There are unsatisfactory reviews about the quality of service from various guests who have stayed at Upscale hotel in Kota Bandung. This study aims to examine the effect of service quality on guest satisfaction at Upscale hotel in Bandung City. The research method used in this study is quantitative method, using simple linear regression data analysis technique. The number of samples used was 150 respondents. Data was obtained from the results of questionnaires distributed to respondents/guests of Upscale hotels in Bandung City. Based on the results of descriptive analysis stated that overall Upscale hotels in Bandung City have excellent service quality. Similarly, the results of descriptive analysis for guest satisfaction variables, overall Upscale hotel guests in Bandung City feel very satisfied staying at Upscale Hotel. The results of the partial hypothesis test show that Service Quality has a positive effect on Guest Satisfaction. For the next researcher, the researcher suggested that the next researcher focus on hotels with a wider sample coverage, by adding other variables that affect customer satisfaction to add reference sources.

Key words: Tourism; upscale hotels; Hospitality; quality of service; Guest Satisfaction

PENDAHULUAN

Industri hotel memainkan peran penting dalam pariwisata. Hal tersebut mendukung kegiatan pariwisata ketika wisatawan membutuhkan tempat tinggal dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan industri pariwisata di Bandung (Ervina, dkk, 2023). Industri Perhotelan merupakan industri yang berkembang pesat, dimana salah satu faktor utamanya adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan tamu merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam bisnis hotel. Tingkat kepuasan tamu ditentukan oleh berbagai aspek, salah satunya adalah Kualitas Pelayanan. Tingkat kepuasan tamu dapat mempengaruhi citra hotel dan keberhasilannya dalam menarik tamu yang lebih banyak. Oleh karena itu, hotel perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan mereka selalu memuaskan tamu agar dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan tamu. Hal ini sejalan dengan penelitian Ervina, dkk (2021) yang menyebutkan bahwa semakin tinggi nilai indeks kepuasan tamu menunjukkan tamu sangat puas dengan hotel berbintang dan kesiap-siagaan dalam mengurangi risiko setelah pandemi Covid-19.

Upscale Hotel menawarkan standar layanan formal, dengan fasilitas dan layanan yang luas untuk penghuni dan bukan penghuni (Adiati, 2011). Upscale hotel berada diantara kategori mid-scale dan luxury, jika didasarkan pada manajemen strategi harga, intensitas persaingan yang lebih besar di segmen hotel kelas atas dengan penekanan pada keuntungan, memaksimalkan dan menghasilkan asset (Kesgin& Pohland, 2018). Tamu yang menginap di Upscale Hotel biasanya memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Upscale hotel tentu memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik, namun tetap saja ada ulasan yang kurang memuaskan dari berbagai tamu yang telah menginap di Upscale hotel di Kota Bandung yang dikutip dari www.traveloka.com. Berdasarkan ulasan yang dilansir dari website tersebut, terdapat beberapa tamu yang memberikan ulasan yang mengutarakan beberapa keluhan mengenai kualitas pelayanan terhadap Upscale hotel di Kota Bandung yang pernah dikunjunginya dalam kurun waktu terdekat. Ulasan-ulasan tersebut dipaparkan berdasarkan pengalaman yang didapatkan pada saat tamu tersebut menginap di Upscale hotel yang ada di Kota Bandung.

Menurut Kotler & Keller (2006:372) menyatakan bahwa, jika kualitas layanan yang baik atau sama dengan harapan konsumen maka akan membuat konsumen melakukan pembelian Kembali. Maka dari itu kualitas pelayanan sangat penting untuk ditingkatkan kembali mengingat banyak sekali konsumen yang mengeluh mengenai pelayanan yang kurang memuaskan bagi mereka. Menurut Kotler & Keller (2016:153), kepuasan adalah “perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau jasa dengan ekspektasi Oleh karena itu penting untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh Upscale Hotel agar dapat memenuhi harapan tamu dan meningkatkan kepuasan tamu.

Pemasaran Jasa

Menurut Tjiptono (2019:29), jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (intangible) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak, maksudnya ada produk jasa murni (seperti childcare, konsultasi psikologi, dan konsultasi manajemen) ada pula jasa yang membutuhkan produk fisik.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:2) Definisi pemasaran jasa dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara sosial, maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2016:153), kepuasan adalah “perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau jasa dengan ekspektasi”. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:301), mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai situasi yang konsumen tunjukkan mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan serta dapat terpenuhi secara baik. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan

bahwa kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang / kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Dimensi dan Indikator Kepuasan pelanggan Menurut Tjiptono (2014:101) menyatakan beberapa dimensi yang dapat digunakan dalam mengukur Kepuasan Pelanggan terdiri dari: Kesesuaian Harapan; Minat Berkunjung Kembali; Ketersediaan Merekomendasi

Kualitas Pelayanan

Menurut Batinggi dan Badu (2013) kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan memiliki fokus untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan cara penyampaiannya untuk memenuhi harapan pelanggan kualitas pelayanan adalah harapan dari pelanggan, serta bagaimanakah pelayanan yang harus di berikan perusahaan kepada pelanggannya (Lupiyoadi, 2013:216). Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan pelayanan adalah tindakan yang diberikan oleh satu pihak dan ditawarkan ke pihak lain, tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kualitas pelayanan adalah sebagai tolak ukur sejauh mana tingkat layanan yang telah diberikan dan dapat sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Parasuraman dkk (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:137):

Reliabilitas (Reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati;

Daya Tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat;

Jaminan (Assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan pelanggan;

Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertingkah demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman; dan

Bukti Fisik (Tangible), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana serta data diolah menggunakan aplikasi SPSS 25.0 dan MS Excel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi, penyebaran kuesioner online dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu purposive sampling yaitu dengan kriteria tamu yang pernah menginap di hotel berbintang 4 dan 5 di Kota Bandung. Menurut Sudaryono (2018:173), nonprobability sampling adalah penarikan sampel yang bersifat subjektif, dalam hal ini probabilitas pemilihan elemen-elemen populasi tidak dapat ditentukan. Hal ini disebabkan setiap elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus hair. Hal ini dikarenakan populasi yang akan diteliti belum diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel minimum menurut Hair et al (2010:101) adalah tergantung dari jumlah indikator dikali 5-10. Jumlah indikator pada penelitian ini dikalikan 10. Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator x 10 = minimal 130 responden. Oleh karena ini berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 orang yang pernah menginap di Upscale hotel (Hotel Bintang 4 dan Hotel Bintang 5) di Kota Bandung.

Penelitian ini mencakup dua variabel yaitu variabel terikat (dependent variable) yaitu Kepuasan Tamu (Y), dan variabel bebas (independent variable) yaitu Kualitas Pelayanan (X). Instrumen penelitian dengan menggunakan skala Likert dengan menggunakan lima skala. Adapun masing-masing variabel secara operasional didefinisikan pada Tabel 1:

Tabel 1.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Variabel Kualitas Pelayanan Parasuraman, dkk (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:137)	Bukti Fisik (Tangible)	Daya Tarik fasilitas fisik	Fasilitas umum dihotel ini sangat terjaga kebersihannya.	Likert
		Perlengkapan	Hotel ini memiliki amenities kamar yang lengkap dan berkualitas.	Likert
		Material	Hotel ini memiliki tata letak dan design interior yang baik.	Likert
	Kehandalan (Reliability)	Memberikan layanan akurat	Karyawan Hotel memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun.	Likert
		Memberikan layanan konsisten	Karyawan hotel konsisten dalam melakukan pelayanan jasa dalam kondisi apapun.	Likert
	Daya Tanggap (Responsiveness)	Merespon keluhan	Karyawan Hotel merespon tiap keluhan Tamu dengan baik.	Likert
		Membantu pelanggan/tamu	Karyawan Hotel dapat menyelesaikan keluhan dan kesulitan Tamu dengan baik.	Likert
	Jaminan (Assurance)	perilaku para karyawan memberikan rasa Aman	Hotel memiliki tingkat keamanan yang baik.	Likert
		Pengetahuan dan Keterampilan karyawan hotel	Karyawan hotel sudah terlatih.	Likert
	Empati (Emphaty)	Mengetahui kebutuhan pelanggan/tamu	Karyawan Hotel mengkomunikasikan segala perbaikan kepada Tamu.	Likert
		Kepedulian terhadap pelanggan/tamu	Karyawan peduli akan kebutuhan Tamu.	Likert
	Variabel Kepuasan Pelanggan (Tjiptono, 2014)	Kesesuaian Harapan	Tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan	Pelayanan Hotel sesuai dengan apa yang saya harapkan.
Fasilitas yang disediakan oleh hotel tersebut sudah baik.				Likert
Minat Berkunjung Kembali		Kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali	Hotel ini memberi pengalaman yang berkesan.	Likert
			Saya berencana mengunjungi kembali hotel tersebut.	Likert
Kesediaan merekomendasi		Kesediaan konsumen untuk merekomendasikan hotel	Saya merekomendasikan Hotel tersebut kepada kerabat dan teman.	Likert
			Saya bersedia untuk menulis ulasan positif tentang pengalaman menginap di hotel ini.	Likert

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebelum diolah ke SPSS. Secara lengkap dibahas mengenai hasil uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:267), uji validitas merupakan tentang persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung dari yang terjadi dilapangan pada subyek penelitian. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel. Kemudian r hitung dibandingkan dengan r tabel pada taraf signifikan 0,05. Dalam penelitian ini jumlah responden yang diteliti sebanyak 150 orang dengan menggunakan table r product moment. Dilihat dari tabel statistik, dengan menggunakan nilai r product moment untuk responden 150 orang dengan taraf signifikan 5% dengan uji dua arah dapat diperoleh nilai r tabel sebesar 0,159. Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas dari masing-masing variabel penelitian:

Uji Validitas variabel Kualitas Pelayanan (X)

Adapun hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada Tabel 2:

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Tamu (Y)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.527**	0,159	Valid
2	0.623**	0,159	Valid
3	0.683**	0,159	Valid
4	0.603**	0,159	Valid
5	0.645**	0,159	Valid
6	0.396**	0,159	Valid
7	0.565**	0,159	Valid
8	0.660**	0,159	Valid
9	0.637**	0,159	Valid
10	0.647**	0,159	Valid
11	0.554**	0,159	Valid

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai r hitung masing-masing item pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 11 item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah valid.

Uji Validitas variabel Kepuasan Tamu (Y)

Adapun hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Tamu (Y) dapat dilihat pada **Error! Reference source not found.** berikut ini:

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas variabel Kepuasan Tamu (Y)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.681**	0,159	Valid
2	0.645**	0,159	Valid
3	0.538**	0,159	Valid
4	0.681**	0,159	Valid
5	0.680**	0,159	Valid
6	0.589**	0,159	Valid

Pada Tabel 3, maka dapat diketahui bahwa nilai r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan pada variabel Kepuasan Tamu (Y) adalah valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini penulis melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,600 (Sugiyono, 2018:268). Perhitungan reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan program SPSS V.25. Berikut ini hasil uji reliabilitas terlihat pada Tabel 4:

Tabel 4.
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,809	0,600	Reliabel
Kepuasan Tamu (Y)	0,703	0,600	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4, dilihat dari hasil pengujian reliabilitas bahwa dapat diketahui bahwa semua variabel termasuk kategori reliabel, karena skornya lebih dari 0,600 untuk variabel Kepuasan Tamu (Y) yaitu 0,703, variabel variabel Kualitas Peayanan (X) yaitu 0,809. Nilai Alpha Cronbach pada setiap variabel yaitu lebih dari 0,600 dengan tarif signifikan 0,05 maka seluruh variabel dinyatakan memenuhi persyaratan pengujian reliabel. Dengan demikian instrumen penelitian yang digunakan masing-masing variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan ini menjelaskan mengenai karakteristik responden, analisis deskriptif kualitas pelayanan, analisis deskriptif kepuasan tamu, analisis verifikatif dan pembahasan hasil penelitian.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 150 orang yang menginap di Upscale Hotel di Kota Bandung, dapat diketahui bahwa jumlah tamu hotel yang menginap didominasi oleh laki-laki sebanyak 76 orang dengan persentasi sebesar 51%. Rentang usia tamu berada pada kisaran usia 26-35 tahun dengan jumlah sebanyak 71 orang dengan persentasi sebesar 47%. Pekerjaan responden adalah Pegawai Swasta yang berjumlah 74 orang dengan persentasi sebesar 50%. Pendidikan responden sebagai tamu Hotel dengan urutan tertinggi memiliki pendidikan sarjana dengan sebanyak 73 orang dengan persentasi yaitu 49%. Jumlah pendapatan responden yang menginap di Upscale hotel adalah mereka dengan jumlah penghasilan Rp.6.000.000-Rp.9.000.000 yaitu 77 orang dengan persentasi sebesar 51%, dan pengeluaran setiap menginap berada di kisaran Rp. 500.000 – Rp.1.500.000 berjumlah 91 orang dengan persentasi 60%. Adapun frekuensi menginap mayoritas 1-3x sebesar 67% (100 orang). Dari hasil penyebaran kuesioner juga dapat diketahui tujuan menginap yaitu untuk liburan sebesar 49% dengan jumlah sebanyak 74 orang.

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Secara lengkap rekapitulasi Analisis Deskriptif untuk Variabel Kualitas Pelayanan dapat terlihat pada Tabel 5:

Tabel 5.
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean	% Total Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Fasilitas umum di hotel ini terjaga kebersihannya	0	0	0	0	6	4	80	53,3	64	42,7	4,39	87,7
Hotel ini memiliki amenities kamar yang lengkap dan berkualitas	0	0	0	0	9	6	63	42	78	52	4,46	89,2
Hotel ini memiliki tata letak dan design interior yang baik	0	0	0	0	9	6	66	44	75	50	4,44	88,8
Karyawan hotel memberikan layanan yang akurat dimulai dari check-in hingga tamu check-out tanpa membuat kesalahan	4	2,7	27	18	55	36,7	47	31,3	17	11,3	3,31	66,1
Karyawan hotel konsisten dalam melayani tamu	0	0	1	0,7	7	4,7	60	40	82	54,7	4,49	89,7

Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean	% Total Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Karyawan hotel merespon tiap keluhan tamu dengan baik	0	0	0	0	31	20,7	90	60	29	19,3	3,99	79,7
Setiap keluhan tamu dapat terselesaikan dengan baik	0	0	0	0	4	2,7	75	50	71	47,3	4,45	88,9
Hotel memiliki tingkat keamanan yang baik	0	0	0	0	11	7,3	64	42,7	75	50	4,43	88,5
Karyawan hotel sudah terlatih dalam menangani tamu	0	0	0	0	10	6,7	68	45,3	72	48	4,41	88,3
Karyawan hotel mengkomunikasikan segala perbaikan ataupun kerusakan yang terjadi di kamar hotel kepada tamu	0	0	0	0	7	4,7	78	52	65	43,3	4,39	87,7
Karyawan peduli pada tamu ketika tamu sedang merasa kesulitan	0	0	0	0	4	2,7	68	45,3	78	52	4,49	89,9
Rata-Rata Keseluruhan Pernyataan											4,29	

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai mean untuk keseluruhan tanggapan Kualitas Pelayanan Pada Hotel Upscale Kota Bandung adalah 4,29. Point tertinggi didapatkan dari dimensi Emphaty (Empati) dengan pernyataan “Karyawan peduli pada tamu ketika tamu sedang merasa kesulitan” dimana nilai mean yang dihasilkan sebesar 4,49 dengan persentasi 89,9%. Karyawan Upscale Hotel memiliki motivasi dan tanggung jawab yang kuat untuk memberikan pelayanan terbaik kepada tamu, termasuk ketika tamu mengalami kesulitan. Karyawan hotel menyadari bahwa pengalaman tamu yang positif merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan tamu dan membangun kesetiaan tamu. Dengan membantu tamu yang menghadapi kesulitan, karyawan dapat menciptakan pengalaman yang berkesan dan meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan hotel. Karyawan hotel menyadari bahwa kepuasan tamu adalah prioritas utama. Mereka memahami bahwa ketika tamu mengalami kesulitan, memberikan dukungan dan solusi yang tepat dapat meningkatkan kepuasan tamu dan menciptakan pengalaman yang positif.

Sedangkan nilai mean terendah didapatkan dari dimensi Reliability (Kehandalan) dengan pernyataan “Karyawan hotel memberikan layanan yang akurat dimulai dari check-in hingga tamu check-out tanpa membuat kesalahan” yaitu 3,31 dengan persentasi sebesar 66,1%. Permasalahan ini terjadi biasanya ketika waktu high season dan peak season dikarenakan tamu yang menginap di hotel tersebut sangat ramai, sehingga memerlukan waktu yang sedikit lebih lama dari waktu standar untuk check-in atau check-out yang mengakibatkan tamu hotel tersebut menunggu sedikit lebih lama.

Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Tamu

Secara lengkap rekapitulasi tanggapan responden terhadap kepuasan tamu disajikan pada Tabel 6:

Tabel 6.
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Tamu

Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean	% Total Skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Pelayanan hotel sesuai dengan apa yang saya harapkan	2	1,3	5	3,3	52	34,7	67	44,7	24	16	3,71	74,1
Fasilitas yang disediakan oleh hotel tersebut sudah baik	0	0	1	0,7	8	5,3	71	47,3	70	46,7	4,40	88
Hotel ini memberi pengalaman yang berkesan saat menginap	0	0	0	0	3	2	72	48	75	50	4,48	89,6
Saya berencana mengunjungi kembali hotel tersebut	0	0	1	0,7	10	6,7	61	40,7	78	52	4,44	88,8
Saya merekomendasikan hotel tersebut kepada kerabat dan teman	0	0	1	0,7	7	4,7	69	46	73	48,7	4,43	88,5
Saya bersedia untuk menulis ulasan positif tentang pengalaman menginap di hotel ini	0	0	1	0,7	5	3,3	94	62,7	50	33,3	4,29	85,7
Rata-Rata Keseluruhan Pernyataan											4,29	

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa nilai mean untuk keseluruhan tanggapan Kepuasan Tamu Hotel Upscale di Kota Bandung menunjukkan hasil 4,29. Point tertinggi ada pada dimensi minat untuk berkunjung Kembali dengan pernyataan “Hotel ini memberi pengalaman yang berkesan saat menginap” dengan nilai mean 4,48 dengan persentasi sebesar 89,6% dengan kategori skor “Sangat Setuju”. Upscale Hotel cenderung menawarkan standar pelayanan yang tinggi, fasilitas yang lengkap, desain dan dekorasi yang mewah, kebersihan yang terawat, serta standar kualitas yang tinggi dan berkomitmen untuk memenuhi atau melebihi harapan tamu sehingga ini memberikan pengalaman yang berkesan untuk tamu hotel. Hal ini mengindikasikan bahwa semua dimensi dari variabel Kualitas Pelayanan : Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy) pada Upscale Hotel dapat memberikan kepuasan kepada Tamu Hotel yang menginap.

Namun dari seluruh hasil terdapat satu skor yang paling rendah diantara yang lainnya yaitu pada pernyataan ke-1 yaitu “Pelayanan hotel sesuai dengan apa yang saya harapkan” dengan nilai mean sebesar 3,71 dengan persentasi sebesar 74,1% dengan kategori skor “Setuju”. Hal ini terjadi karena ekspektasi Tamu kurang sesuai dengan kenyataan yang diharapkan contohnya dari segi layanan check-in, check-out, fasilitas kamar, kebersihan, dan menu breakfast.

Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif merupakan analisis model dan pembuktian yang berguna untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil dari uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan pengujian hipotesis parsial, analisis koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis regresi sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu.

Tabel 7.
Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.302	.837			-.361	.718		
Kualitas Pelayanan	.551	.018	.932		31.248	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Berdasarkan Tabel 7, maka diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = -0,302 + 0,551X + e$$

Dari persamaan regresi linier di atas, dapat diartikan sebagai berikut:

Nilai konstanta bertanda negatif $-0,302$, Tanda negatif artinya menunjukkan pengaruh yang tidak searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan apabila variabel Kualitas Pelayanan (X) tidak ada perubahan atau sama dengan 0 maka Kepuasan Tamu (Y) akan bernilai $-0,302$; Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) yaitu sebesar 0,551. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu. Hal ini artinya jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1, maka sebaliknya variabel Kepuasan Tamu akan mengalami kenaikan sebesar 0,551. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dan seberapa besar variabel independen menerangkan perubahan pada variabel dependen. Analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis korelasi product moment. Dibawah ini disajikan tabel berisi koefisien korelasi product moment yang dihitung menggunakan program SPSS V25. Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8.
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.932 ^a	.868	.867	.89010	1.998
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Tamu					

Berdasarkan Tabel 8, maka dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,932 termasuk kedalam rentang nilai 0,80 – 1,000 yang artinya memiliki variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu memiliki hubungan yang sangat kuat dan bernilai positif (hubungan searah).

Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2018:360), koefisien determinasi digunakan peneliti untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar perubahan variabel terikat dipengaruhi dan dijelaskan atau ditentukan oleh variabel bebasnya. Analisis koefisien determinasi secara simultan menggunakan SPSS V 25 diperoleh hasil berikut:

Tabel 9.
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.932 ^a	.868	.867	.89010	1.998
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Tamu					

Merujuk pada Tabel 9, dapat diketahui nilai R-square (r^2) sebesar 0,868 dimana hasil tersebut dapat digunakan untuk melihat besaran pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Tamu (Y) dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

$$KD = 0,868 \times 100\%$$

$$KD = 86,8\%$$

Hasil Koefisien Determinasi yaitu 86,8% yang artinya bahwa kontribusi Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Tamu (Y) memiliki kontribusi pengaruh sebesar 86,8% sisanya 13,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_1) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian secara parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Berikut merupakan hasil pengujian hipotesis parsial yang ditunjukkan pada Tabel 10:

Tabel 10.
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.302	.837		-.361	.718		
	Kualitas Pelayanan	.551	.018	.932	31.248	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu								

Berdasarkan Tabel , maka diketahui hasil uji hipotesis parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui yaitu Nilai t hitung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $31.248 > 1.65521$. Jika dilihat dari nilai signifikansi (sig) yaitu sebesar 0.000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Tamu (Y).

Dalam pembahasan akan dipaparkan mengenai bagaimana kondisi kualitas pelayanan di Upscale Hotel di Kota Bandung, kepuasan Tamu di Upscale Hotel Kota Bandung, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Tamu.

Kualitas Pelayanan di Upscale Hotel di Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai mean untuk keseluruhan tanggapan Kualitas Pelayanan pada Hotel Upscale Kota Bandung adalah 4,29. Point tertinggi didapatkan dari pernyataan “Karyawan peduli pada tamu ketika tamu sedang merasa kesulitan” dari dimensi Emphaty (Empati) dimana nilai mean yang dihasilkan sebesar 4,49 dengan persentasi 89,9%. Karyawan Upscale Hotel memiliki motivasi dan tanggung jawab yang kuat untuk memberikan pelayanan terbaik kepada tamu, termasuk ketika tamu mengalami kesulitan. Karyawan hotel menyadari bahwa pengalaman tamu yang positif merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan tamu dan membangun kesetiaan tamu. Dengan membantu tamu yang menghadapi kesulitan, karyawan dapat menciptakan pengalaman yang berkesan dan meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan hotel. Karyawan hotel menyadari bahwa kepuasan tamu adalah prioritas utama. Mereka memahami bahwa ketika tamu mengalami kesulitan, memberikan dukungan dan solusi yang tepat dapat meningkatkan kepuasan tamu dan menciptakan pengalaman yang positif.

Sedangkan nilai mean terendah didapatkan dari dimensi Reliability (Kehandalan) dengan pernyataan “Karyawan hotel memberikan layanan yang akurat dimulai dari check-in hingga tamu check-out tanpa membuat kesalahan” yaitu 3,31 dengan persentasi sebesar 66,1%. Permasalahan ini terjadi biasanya ketika waktu peak season dan high season dikarenakan tamu yang menginap di hotel tersebut sangat ramai, sehingga memerlukan waktu yang sedikit lebih lama dari waktu standar untuk check-in atau check-out yang mengakibatkan tamu hotel tersebut menunggu sedikit lebih lama.

Menurut Lupiyoadi (2009:182), Empati (empathy), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Gunawan, dkk (2019) yang menyebutkan bahwa dimensi Emphaty yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menginap di Virtual Hotel Operator. Empathy dinilai sangat penting bagi orang-orang yang mengisi kuesioner ini dikarenakan empathy, baik dari hotel maupun karyawan sendiri, sangat membantu memberikan kenyamanan kepada konsumen, baik langsung maupun tidak langsung.

Kepuasan Tamu di Upscale Hotel Kota Bandung

Selanjutnya pada variabel kepuasan Tamu terdapat 6 pernyataan, nilai mean untuk keseluruhan tanggapan Kepuasan Tamu Hotel Upscale di Kota Bandung menunjukkan hasil 4,29. Point tertinggi ada pada dimensi minat untuk berkunjung Kembali dengan pernyataan “Hotel ini memberi pengalaman yang berkesan saat menginap” dengan nilai mean 4,48 dengan persentasi sebesar 89,6% dengan kategori skor “Sangat Setuju”. Upscale Hotel cenderung menawarkan standar pelayanan yang tinggi, fasilitas yang lengkap, desain dan dekorasi yang mewah, kebersihan yang terawat, serta standar kualitas yang tinggi dan berkomitmen untuk memenuhi atau melebihi harapan tamu, sehingga hal ini memberikan pengalaman berkesan bagi tamu hotel. Kemudian, hal ini mengindikasikan bahwa semua dimensi dari variabel Kualitas Pelayanan : Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy) pada Upscale Hotel dapat memberikan kepuasan kepada Tamu Hotel yang menginap. Namun dari seluruh hasil terdapat satu skor yang paling rendah diantara yang lainnya yaitu pada pernyataan ke-1 yaitu “Pelayanan hotel sesuai dengan apa yang saya harapkan” dengan nilai mean sebesar 3,71 dengan persentasi sebesar 74,1% dengan kategori skor “Setuju”. Hal ini terjadi karena ekspektasi Tamu kurang sesuai dengan kenyataan yang diharapkan contohnya dari segi layanan check-in, check-out, kebersihan, menu breakfast.

Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Bessie & Boimau (2022), dimana dimensi minat berkunjung kembali adalah yang paling dominan diantara dimensi lainnya pembentuk variabel kepuasan pelanggan dengan penilaian sebesar 4,32 (Sangat Tinggi).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Berdasarkan hasil penelitian dari uji regresi menyebutkan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu memiliki nilai koefisien regresi sebesar $-0,302$. Hasil ini diperkuat dengan analisis data, nilai koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Tamu sebesar $0,932$. Hal ini menunjukkan tingkat hubungan yang Sangat Kuat antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Tamu, karena berada pada interval antara $0,80-1,000$ maka hubungannya Sangat Kuat. Hasil uji Koefisien Determinasi yaitu $86,8\%$ yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Tamu (Y) memiliki pengaruh sebesar $86,8\%$ sisanya $13,2\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Nilai t hitung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu sebesar $31.248 > t$ table sebesar 1.65521 . Jika dilihat dari nilai signifikansi (sig) yaitu sebesar 0.000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Tamu (Y).

Hal ini sejalan dengan teori penelitian terdahulu yang diteliti oleh Skawanti & Suhendar (2022), dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini relevan juga dengan penelitian Ali,et.al (2021), yang menyebutkan bahwa empat dimensi kualitas layanan (empati, daya tanggap, jaminan dan berwujud) memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan, kecuali kehandalan memiliki hubungan negatif dengan kepuasan pelanggan. Menurut Harwina (2021) menyatakan bahwa berdasarkan uji hipotesis parsial diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen hotel Pekanbaru. Al-Shidhan (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pada kepuasan pelanggan dan loyalitas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Upscale Hotel Di Kota Bandung, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan. Secara keseluruhan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di Upscale Hotel di Kota Bandung adalah sangat baik. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa, tamu yang menginap di Upscale Hotel di Kota Bandung sudah merasa sangat puas. Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Tamu di Upscale Hotel Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani dan Rambat Lupiyoadi. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Adiati, M. P. (2011). Overview Smart Hotel di Indonesia yang Merupakan Trend Baru dalam Industri Perhotelan. *Binus Business Review*, 2(2), 619. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i2.1454>
- Al-Shidhani, Sammy Said Saud & Tumati, Raja. (2021). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Luxury Hotels in Muscat. *Global Business and Management Research: An International Journal* Vol. 13, No. 3 (2021)
- Batinggi, A dan Badu Ahmad. (2013) Manajemen Pelayanan Publik. Yogyakarta: Andi Offset.
- Boimau, L. Y. T., Moenardy, K. K., & Bessie, J. L. D. (2022). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19 (Survey Pada Nasabah Bank BRI Cabang Kupang). *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(2), 175 - 188. Retrieved from <https://ejournal.undana.ac.id/index.php/JBM/article/view/9500>.
- Ervina, Ersy; Taufiq, Riza; Ratna, Ratu. Hotel Post Covid-19: How Preparedness Affects Guest Satisfaction In A Mid-Scales Hotel. *Jurnal Manajemen Indonesia*, [S.l.], v. 23, n. 1, p. 24-36, apr. 2023. ISSN 2502-3713.
- Ervina, E., Taufiq, R. & Masatip, A. (2021). Guest satisfaction on star hotel preparedness in new normal era of COVID-19. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*. 10(1), 21-38.

https://www.researchgate.net/publication/354549605_Guest_Satisfaction_on_Star_Hotel_Preparedness_In_New_Normal_Era_of_Covid-19.

- Fatihudin, didin & Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Gunawan, dkk. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Empat Virtual Hotel Operator Di Surabaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* , Volume 2, No. 2, October 2019. DOI: <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20981>
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Harwina, Y. (2021). The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction: A Case Study of the Hospitality Industry in Pekanbaru Indonesia. *ADPEBI International Journal of Business and Social Science*, 1(1), 19–27. <https://doi.org/10.54099/aijbs.v1i1.36>.
- Kesgin, M., R.S. Murthy, L.W. Pohland. 2018. “Residents as destination advocates: the role of attraction familiarity on destination image.” *Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 2 No. 1, pp. 55-74.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.
- Skawanti, J. R., & Suhendar, R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 111- 121.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudirman, S., & Baddrusaman, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kirei Bantaeng. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2321-2330. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i7.1389>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Andi Publisher.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi