

PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA GOLDOVITEL HOTEL SURABAYA

¹Chika Natasya, ²Jessica Angelia Rosyadi, ³Juliani Stefani Deograsias, ⁴Yoseph
Yustinianus Ferdinand

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Email : ¹Chika.natasya@student.ukdc.ac.id ²jessica.rosyadi@student.ukdc.ac.id
³juliani.stefani@student.ukdc.ac.id ⁴deograsias.yoseph@ukdc.ac.id

ABSTRACT.

This Research is made to proof and analyse the effect of Facilities, Quality of Service, and Price on Customer Satisfaction at Goldvitel Hotel located at Jl. Basuki Rahmat No.147, Surabaya. In this researchers in this research uses quantitative approach with sample taken using Nonprobability Sampling with purposive sampling type and using a 0 liker scale questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS 26 application. There are 75 Respondents the results shows that Price (X2), and Quality of Service (X3) has a significant and positive correlation on Customers Satisfaction. Meanwhile, Facility (X1) has not a significant and negative correlation on Customer Satisfaction. This significant and negative association is likely caused by customer's tendency to ignore the facility provided if the price offered is low enough.

Keywords: Facility, Price, Quality of Service, Customer's satisfaction

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu penopang perekonomian Indonesia dan penyumbang devisa utama, pariwisata mempunyai potensi yang sangat besar. Sebelum pandemi Covid-19, pariwisata telah menjadi salah satu industri yang berkembang pesat dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun, saat Pandemi Covid-19 melanda sekitar dua tahun lebih industri pariwisata sempat terguncang dan melemah.

Para pelaku usaha berlomba untuk menciptakan inovasi dan kreatif agar perusahaannya dapat bertahan di masa pandemi. Perusahaan perhotelan melihat peluang *Work From Home (WFH)* untuk membantu meningkatkan permintaan selama masa pandemi. Salah satunya dengan menawarkan berbagai paket seperti paket *staycation* agar masyarakat bisa bekerja sambil berlibur. Strategi lainnya adalah dengan menawarkan paket pembelajaran kepada anak sekolah saat liburan. Upaya lainnya ialah mengikuti usulan pemerintah untuk mengubah hotel menjadi fasilitas akomodasi bagi pasien tanpa gejala (OTG). Pariwisata bergantung pada kebijakan pemerintah, terutama di masa pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi operasional industri pariwisata, termasuk hotel dan restoran.

Selama Pandemi Covid-19, banyak hotel baru terus bermunculan, sehingga persaingan dunia perhotelan semakin ketat dan kompetitif, terutama dengan adanya perkembangan teknologi serta perubahan tren konsumen yang terus berubah-ubah. Dalam persaingan yang ketat dan kompetitif, hotel-hotel terus berinovasi merespon perubahan tren dan memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan maupun sikap seseorang atas produk atau jasa setelah mereka membeli dan menggunakannya. Namun, ketika produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan dan ekspektasi mereka, maka mereka akan merasakan ketidakpuasan secara emosional.

Terdapat berbagai penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh para peneliti dengan melibatkan fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga sebagai variabel utamanya. Berbagai penelitian-penelitian yang dijadikan penulis sebagai kajian pustaka memiliki hasil yang hampir seragam yaitu faktor-faktor ini memiliki korelasi yang cukup kuat dengan kepuasan konsumen hotel. Namun perbedaan yang menonjol adalah bahan penelitian berbagai kajian ini merupakan hotel-hotel *chains* yang sudah cukup terkenal dan memiliki fokus terhadap penjualan kamar biasa. Hal ini berbeda dengan subjek peneliti yaitu Goldvitel Hotel Surabaya yang merupakan hotel yang lebih berfokus pada sisi *entertainment* dari fasilitas-fasilitas yang disediakan.

Penelitian dari (Feni Maryati dan Nur Elfi Husda, 2020) berjudul 'Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam' menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti, Fasilitas dan Kualitas memiliki pengaruh yang signifikan dan juga simultan terhadap kepuasan konsumen pada Holiday Hotel yang terletak di Batam.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Juliana, Tanta Tanujaya, dan Nathaniel, 2021) berjudul 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan' juga menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sendiri disebut sebagai faktor signifikan yang merupakan salah satu kunci keberhasilan industri jasa seperti perhotelan.

Berdasarkan hal yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Goldvitel Hotel Surabaya ?. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Goldvitel Hotel Surabaya,

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas mulai dari pengumpulan data hingga penafsirannya, tujuannya untuk menguji hipotesis - hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah di Goldvitel Hotel Surabaya. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan metode *Nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014, hlm.84), *Nonprobability sampling* adalah suatu teknik dalam pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama untuk setiap unsur atau anggota populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel. Menurut Ferdinand (2014, hlm.179) mengatakan bahwa, *Purposive sampling* merupakan jenis pengambilan sampel dimana peneliti sudah mengetahui informasi yang diperlukan dapat didapatkan dari satu kelompok tertentu yang dirasa mampu memberikan informasi yang diinginkan dan telah memenuhi kriteria yang diinginkan oleh peneliti.

Ukuran sampel ditentukan berdasarkan gagasan Roscoe dalam Ferdinand (2014, hlm.173) yang menjelaskan bahwa jumlah sampelnya dapat ditentukan dengan cara jumlah variabel independen (X) dikalikan dengan 25. Sehingga variabel independen pada penelitian ini adalah fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga. Berdasarkan ketentuan tersebut, disimpulkan bahwa besar jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah : 3 variabel independen x 25 =

75 sampel. Maka populasi yang akan dipilih yaitu sebanyak 75 responden yang pernah menginap serta menikmati fasilitas dan pelayanan Goldvital Hotel Surabaya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pengisian kuesioner para responden yang pernah menginap serta menikmati fasilitas dan pelayanan hotel. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert sebagai alat untuk mengumpulkan data dan penyebarannya menggunakan *platform google form* yang akan disebarluaskan kepada 75 responden yang pernah menginap serta menikmati fasilitas dan pelayanan hotel.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan SPSS 26 untuk analisis data dan menggunakan Skala Likert 0.

Menurut (Srijani & Hidayat, 2017), fasilitas diartikan sebagai suatu perlengkapan berbentuk fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menggunakan jasa hotel, melakukan berbagai aktivitas atau kegiatan sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi ketika menginap di hotel. Fasilitas hotel yang lengkap akan membuat konsumen merasa puas dan menjadi nilai tambah bagi konsumen dalam menginap. Indikator fasilitas menurut Tjiptono (2014:318) ada 6, yaitu :

1. Pertimbangan / Perencanaan : Spasial aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari orang yang melihatnya.
2. Perencanaan ruangan : Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain lain.
3. Perlengkapan / Perabotan : Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaannya.
4. Tata cahaya : Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan.
5. Warna : Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan.
6. Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis : Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

Menurut (Panjaitan & Yuliati, 2016), kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan dari proses produksi, sampai pelayanan yang dihasilkan perusahaan. Indikator kualitas pelayanan menurut Zeithaml, et al (1990:227) ada 5 indikator, yaitu:

1. Assurance (Jaminan) : Merupakan kemampuan seorang pelayan dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung secara meyakinkan dan dapat benar-benar membantu pengunjung.
2. Tangible (Bukti Fisik) : Adalah pelayanan berupa berbagai fasilitas fisik yang disediakan oleh pelayan untuk menunjang kenyamanan pengunjung.

3. Responsiveness (Daya Tanggap) : Adalah keandalan pelayan dalam menyediakan pelayanan kepada pengunjung secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan para pengunjung.
4. Reability (Reabilitas) : Merupakan kemampuan pelayan dalam menyediakan pelayanan yang akurat serta dapat dipercaya kepada para pengunjung.
5. Emphaty (Empati) : Adalah kemampuan para pelayan untuk bersimpati dengan kebutuhan pelanggan sehingga dapat melayani pelanggan secara lebih personal.

Menurut (Lupiyoadi, 2013:136), harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi jasa tersebut. Biaya-biaya tersebut dapat berupa waktu yang harus dikorbankan untuk mendapat jasa, upaya fisik (energi yang dikeluarkan untuk mendapat jasa), beban mental (stres), dan pengorbanan yang terkait dengan panca indera (suara bising, panas, dan sebagainya). (Kotler & Keller, 2016h,52) berpendapat bahwa indikator harga ada 4, yaitu :

1. Kesesuaian harga dengan kualitas
2. Kesesuaian harga dengan manfaat
3. Keterjangkauan harga
4. Daya saing harga

Menurut (Zeithaml, et al., 2006:110), kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai evaluasi pelanggan dari produk atau jasa telah memenuhi kebutuhan pelanggan dan ekspektasi konsumen. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik atas produk atau jasa yang telah mereka gunakan kepada orang lain. Hawkins dan Lonney dikutip dalam (Tjiptono, 2010:101) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu pertanyaan penelitian, yang keandalannya harus diuji secara empiris. Hipotesis penelitian menggambarkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, menjelaskan jawaban sementara dalam penelitian, dan memberikan arahan bagi proses penelitian selanjutnya. Hipotesis yang dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1 : Fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Goldvitel Hotel Surabaya.
2. H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Goldvitel Hotel Surabaya.
3. H3 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Goldvitel Hotel Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas pada penelitian ini menyatakan bahwa setiap item pernyataan dikatakan valid karena nilai r hitung > dari r table yaitu sebesar 0,227. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid. Sedangkan uji Reliabilitas menyatakan bahwa semua variabel memiliki *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan masing - masing variabel yang diajukan kepada responden konsisten dan reliabel.

Uji Deskriptif

Hasil analisis uji deskriptif seluruh item menyatakan bahwa rata – rata responden memilih opsi jawaban sangat setuju. Sedangkan rata – rata responden lainnya yang minimum menjawab opsi sangat tidak setuju dan tidak setuju. Nilai rata – rata terbesar terdapat pada pernyataan opsi “sangat setuju” bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Goldvitel Hotel.

Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 4.695 | 1.764 | | 2.661 | .010 |
| | TOTALX1 | -.155 | .182 | -.149 | -.849 | .399 |
| | TOTALX2 | .431 | .149 | .415 | 2.892 | .005 |
| | TOTALX3 | .457 | .156 | .456 | 2.917 | .005 |

Sumber data : Output SPSS yang diolah, 2024

Hasil regresi linear berganda pada table diatas memiliki persamaan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 4,695 - 0,155 X1 + 0,431 X2 + 0,457 X3$$

Dari table di atas diperoleh nilai signifikansi untuk uji t sebesar :

1. Hasil uji t hitung untuk variabel Fasilitas (X1) sebesar $-0,849 < 1,99346$ dengan nilai sig sebesar $0,399 > 0,05$ maka H1 ditolak H0 diterima . Artinya secara parsial variabel Fasilitas (X1) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan bernilai negatif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Hasil uji t hitung untuk variabel Harga (X2) sebesar $2,892 > 1,99346$ dengan nilai sig sebesar $0,005 < 0,05$ maka H1 diterima H0 ditolak. Artinya secara parsial variabel Harga (X2) mempunyai pengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
3. Hasil uji t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar $2,917 > 1,99346$ dengan nilai sig sebesar $0,005 < 0,05$ maka H1 diterima H0 ditolak. Artinya secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (Y) mempunyai pengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .683 ^a | .466 | .443 | 1.369 |

Sumber data : Output SPSS yang diolah, 2024

Dari table diatas menunjukkan nilai $r = 0,683$ hasil ini berarti bahwa hubungan antara variabel Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai ini berarti variabel (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memberikan sumbu sebesar 44,3% dalam mempengaruhi sedangkan sisanya 55,7 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 116.013 | 3 | 38.671 | 20.648 | .000 ^b |
| | Residual | 132.974 | 71 | 1.873 | | |

| | | | | | | |
|--|-------|---------|----|--|--|--|
| | Total | 248.987 | 74 | | | |
|--|-------|---------|----|--|--|--|

Sumber data : Output SPSS yang diolah, 2024

Berdasarkan table di atas nilai F hitung sebesar 20,648, sedangkan nilai F table digunakan taraf signifikan sebesar 5% dengan $df = n - k - 1$ ($75 - 3 - 1 = 71$) sehingga diperoleh F table sebesar 2,344. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung $> F$ table, dimana F hitung sebesar $20,648 > 2,344$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

KESIMPULAN

Maka dari peneluitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) , serta variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan variabel Fasilitas (X1!) tidak memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Faktor yang tidak menyebabkan adanya korelasi antara fasilitas (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah dengan semakin turunnya harga yang ditawarkan maka ekspektasi pengunjung hotel terhadap fasilitas yang diberikan akan semakin menurun. Hal ini akan berdampak pada kurangnya pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pengunjung secara umum. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap Kepuasan Konsumen khususnya pada hotel yang memiliki harga relatif terjangkau. (Siregar et al, Vo. 3, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen) (5th ed.). Agf Books.
- J Juliana, T Tanujaya, N Nathaniel (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. JUDICIOUS Vol. 02 Issue 01
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. Marketing Management. Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013), Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Maryati, F., & Husda, N. F. (2020), Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. Jurnal Magisma Vol. VIII No. 1
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen
- Maya Trinanda, M. Y. & N. R. (2018). E-ISSN :2622-304X, P-ISSN : 2622- 3031 Available online at: http://proceedings.stiewidyagamaluma_jang.ac.id/index.php/progress. Proceedings, 1(1), 360-371.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ASTON MADIUN HOTEL & CONFERENCE CENTER. Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA, 7, 31-38.
- Siregar, Nurafrina, and Mifta Elfikri. "Pengaruh Lokasi. Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat)." SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi 3.1 (2022): 1-9.
- Tjiptono, Candra, 2011. Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta.
- Tjiptono , Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi

- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. 1990, Delivering Quality Service, New York, Free Press
- Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner, Dwayne D Gremler. (2006), Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm (4th edition). Singapore : Mcgraw Hill), 265-289.

