

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP INTENSI HUNIAN ULANG

Rosi Gilang Permadi¹, Miftahul Munir²

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri
miftah.uniska@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensi hunian ulang di Hotel Narita Tulungagung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang dipilih secara *simple random sampling*. Data diperoleh melalui kuisioner, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap intensi hunian ulang. Angka Adjusted R square sebesar 0,909 menunjukkan bahwa bahwa 90,9 persen variabel intensi hunian ulang dapat dijelaskan melalui kedua variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 9.1 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil analisis korelasi mendapatkan nilai $r = 0,954$ atau 95,4% yang berarti besarnya korelasi mendekati 100%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Intensi Hunian Ulang

ABSTRACT

This research briefly explains to what extent service quality and customer satisfaction has significant influence to the occupancy intentions repeated in Narita Hotel Tulungagung. Sampling technique used probability sampling method with simple random sampling. Data were obtained trough questionnaires, documentation, and interviews. Results showed that service quality and customer satisfaction have significant influence and a positive on occupancy intentions repeated. Figures Adjusted R square of 0.909 shows that 90.9 percent of the variation can be explained by the two independent variables in the equation regression. While the other 9.1 percent is explained by other variables outside of the two variables used in this research. Results of the analysis of correlation of $r = 0.954$ scores, or 95.4 %, it means the correlation is almost near 100%.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Occupancy Intentions Repeated

PENDAHULUAN

Di Indonesia bisnis perhotelan terus berkembang seiring dengan mobilitas kegiatan yang semakin meningkat. Persaingan yang ketat pada saat ini, menuntut perusahaan untuk menerapkan suatu konsep pemasaran yang jeli. Suatu produk baik barang maupun jasa, menurut pandangan konsumen tidak hanya bisa memenuhi kebutuhannya saja, akan tetapi konsumen juga menginginkan tercapainya kepuasan. Sebuah hotel dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang diberikan telah memenuhi atau melebihi apa yang diinginkan dan diharapkan oleh seorang konsumen. Konsumen melakukan hunian ulang tidak hanya dipengaruhi kualitas kamar hotel dan fasilitas yang dimiliki, tetapi juga oleh faktor kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Berdasar uraian di atas maka penulis akan melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seorang konsumen untuk melakukan hunian ulang di Hotel Narita Tulungagung. Dalam hal ini penulis memilih variabel pelayanan dan kepuasan konsumen sebagai fokus dari penelitian karena diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen melakukan intensi hunian ulang.

Dalam penelitian ini penulis membatasi pembahasan hanya pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap intensi hunian ulang di Hotel Narita Tulungagung. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen melakukan intensi hunian ulang di Hotel Narita Tulungagung. Disamping kualitas pelayanan, peneliti juga ingin mengetahui pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap keputusan konsumen melakukan intensi hunian ulang di hotel tersebut.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan adalah konsumen yang menginap lebih dari sekali di Hotel Narita Tulungagung pada periode 9 sampai 22 februari 2015 yaitu sebanyak 140 orang. Kemudian dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 104 orang.

Data dan Teknik Pengumpulanya

1. Wawancara
Merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti. Disini peneliti melakukan wawancara terhadap konsumen untuk mengetahui alasan-alasan seorang konsumen melakukan hunian di Hotel Narita Tulungagung sebagai landasan melakukan penelitian.
2. Dokumentasi
Yaitu pengumpulan data atau informasi yang diperlukan dari dokumen perusahaan tentang data yang diperlukan seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, jumlah karyawan, fasilitas yang dimiliki, jenis dan harga kamar.
3. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono). Peneliti memperoleh data-data yang dibutuhkan berdasarkan dari keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui Angket yang disebarakan dengan metode skor, pemberian skor menggunakan skala likert. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator

tersebut dijadikan sebagai tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis ini, maka jawaban setiap item yang dapat berupa kata-kata serta pemberian skor untuk setiap item pertanyaan, yakni:

- a. Sangat Setuju diberi skor 5
- b. Jawaban Setuju diberi skor 4
- c. Cukup Setuju diberi skor 3
- d. Tidak Setuju diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

TEKNIS ANALISIS DATA

Uji Validitas

Valid tidaknya suatu item instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan tingkat signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi < 0.05 (5%) dan Hasil r hitung $> r$ tabel maka dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Bila $\alpha < 0,6$, maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya bila $\alpha > 0,6$ dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya, digunakan rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = Intensi hunian ulang

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi X1

X1 = Kualitas pelayanan

b2 = Koefisien regresi X2

X2 = Kepuasan konsumen

Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05(5%), maka secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu pula sebaliknya.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Rumus uji t_{hitung} yaitu:

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Dimana:

b_i = koefisien regresi

Sb_i = *standart error* koefisien regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi berganda berikut:

$$Y = 480 + 0,320X_1 + 0,547X_2$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang tertera di Tabel 1, persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. 480 merupakan nilai konstanta, jika nilai variable X1 dan X2 adalah nol, maka intensi hunian ulang (Y) sebesar 480.

2. 0,320 menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap intensi hunian ulang. Dengan kata lain jika kualitas pelayanan ditingkatkan 1 satuan maka intensi hunian ulang akan bertambah sebesar 0,320.
3. 0,547 menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (X2) berpengaruh positif terhadap intensi hunian ulang. Dengan kata lain jika kepuasan konsumen ditingkatkan sebesar 1 satuan maka intensi hunian ulang akan bertambah sebesar 0,547.

Uji F (Simultan)

Berdasarkan uji ANOVA atau F test yang dapat dilihat pada Tabel 2, maka diperoleh F hitung sebesar 514,111 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan F hitung lebih besar dari F tabel (3,08) maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara simultan mempengaruhi variabel intensi hunian ulang (Y) secara signifikan.

Tabel 1
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.480	.099		4.849	.000
	Kualitas Pelayanan	.320	.099	.344	3.225	.002
	Kepuasan Konsumen	.547	.094	.619	5.801	.001

a. Dependent Variable: Intensi Hunian Ulang

(Sumber: Data diolah melalui SPSS 17.0)

Tabel 2
Hasil Estimasi Regresi Berganda (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.411	2	4.706	514.111	.000 ^a
	Residual	.924	101	.009		
	Total	10.336	103			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Intensi Hnian Ulang

(Sumber: Data diolah melalui SPSS)

Uji t (Parsial)

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

1. Dari Tabel 3 dapat kita lihat bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3,225 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(3,225) > (1,983)$ dan nilai signifikansinya $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kesimpulan: variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Intensi hunian ulang.

2. Nilai t hitung pada variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 5,801 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(5,801) > (1,983)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kesimpulan: variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi hunian ulang.

Tabel 3
Hasil Uji t

Variabel Bebas	Uji t	Signifikansi
Kualitas Pelayanan	3.225	0.002
Kepuasan Konsumen	5.801	0.000

(Sumber: Data diolah melalui SPSS 17.0)

Koefisien Determinasi dan Korelasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0.909, hal itu berarti bahwa variasi perubahan Y dipengaruhi oleh perubahan X1 dan X2 sebesar 90.9%. Jadi besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap intensi hunian ulang sebesar 90.9%, sedangkan sisanya

sebesar 9,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Sedangkan koefisien korelasinya (R) adalah 0.954, hal itu berarti hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas memiliki nilai korelasi sebesar 95.4 %, yang berarti besarnya korelasi mendekati 100%.

Tabel 4
Koefisien Determinasi dan Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 ^a	.911	.909	.09567
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan				

(Sumber: Data diolah SPSS 17.0)

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan, penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap intensi hunian ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,547, berdasarkan data responden dari keempat indikator pertanyaan yang diajukan, dapat dilihat bahwa responden lebih dominan memberi tanggapan setuju dan merasa puas selama menginap di Hotel Narita Tulungagung dengan presentase sebesar 50,48%.

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap intensi hunian ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,320, Berdasarkan data responden dari kelima indikator pertanyaan yang diajukan, dapat dilihat bahwa responden lebih dominan memberi tanggapan setuju dan menganggap kualitas pelayanan di Hotel Narita Tulungagung baik dengan presentase sebesar 54,23 %.

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa dua variabel independen yaitu, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap intensi hunian ulang di Hotel Narita Tulungagung.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka dapat

diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel intensi hunian ulang. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, di mana hasil t hitung (3,225) lebih besar dari t tabel (1,983).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepuasan konsumen terhadap variabel intensi hunian ulang. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, di mana hasil t hitung (5,801) lebih besar dari t tabel (1,983).
3. Berdasarkan pengujian secara simultan, dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) secara simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu intensi hunian ulang (Y) secara signifikan.
4. Berdasarkan Adjusted R Square pada uji determinasi, besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap intensi hunian ulang (Y) sebesar 90,9%, sedangkan sisanya sebesar 9,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini, dimana variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap intensi hunian ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,547, sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi lebih kecil yaitu 0,320.
5. Disarankan kepada Pimpinan Hotel Narita Tulungagung agar selalu melaksanakan pengawasan setiap saat kepada keseluruhan kinerja karyawan sehingga pelaksanaan kualitas pelayanan dan pemenuhan kepuasan konsumen berada dalam kategori baik dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara terus-menerus sehingga konsumen ingin

berkunjung kembali di Hotel Narita Tulungagung di kemudian hari.

6. Disarankan kepada Pimpinan Hotel Narita Tulungagung untuk selalu memperhatikan dan menganalisa kotak kritik dan saran dari konsumen untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang masih kurang dan perlu diperbaiki dalam peningkatan kualitas pelayanan dan pemenuhan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (edisi revisi)*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Edisi Revisi)*, Yogyakarta : PT. Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode penelitian manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Beny, Adi Nugroho. 2000. *Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan di Hotel Surya Indah Salatiga*, Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Davidow, M. 2000. *The bottom line impact of organizational responses to customer Complains*. Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 24 p. 473-490.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran (Edisi Millenium)*, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler Philip, dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik (Edisi Pertama)*, Jakarta: Salemba Empat.
- Nanang Tasunar. 2006. *Kualitas Pelayanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Moro Demak* Jurnal Sains pemasaran Indonesia, Vol V, No 1 Mei 2006.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Hotel Sronдол Indah Semarang)*, Semarang: Undip Semarang.
- Swastha, Basu. 1996. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publising.
- Wisnawa, I Made Bayu. 2010. *Aspek Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Menginap Kembali pada Hotel Pan Pacific Nirwana Bali Resort, Bali :DIII Manajemen Perhotelan STIPAR Triatma Jaya*.
- Zeithaml et al. 1996. *Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study*, European, Journal of Marketing.