

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Hidden Valey Hills Kabupaten Purwakarta

Eneng Ani Herawati¹, Dika Meirista²

Accepted: 27 Mei 2023 / Published online: 17 Juni 2023

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui gambaran kualitas pelayanan Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta; (2) Mengetahui gambaran kepuasan pelanggan pada Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta; dan (3) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta.

Metodologi/Pendekatan: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode survei. Sumber data yang digunakan primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan Nonprobability sampling dengan teknik insidental. Analisis data dilakukan dengan statistik seperti uji validitas dan reabilitas untuk kuesioner. dan analisis kolerasi ganda, analisis regresi ganda dengan uji-F serta uji-t dan koefisien determinasi untuk pembuktian hipotesis.

Hasil: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode survei. Sumber data yang digunakan primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan Nonprobability sampling dengan teknik insidental. Analisis data dilakukan dengan statistik seperti uji validitas dan reabilitas untuk kuesioner. dan analisis kolerasi ganda, analisis regresi ganda dengan uji-F serta uji-t dan koefisien determinasi untuk pembuktian hipotesis.

Kebaruan: Penelitian ini berkontribusi terhadap literatur mengenai hubungan kualitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan pada hotel di Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Komunikasi dilakukan oleh Eneng Ani Herawati

✉ Eneng Ani Herawati

Herawati.112247@gmail.com

Dika Meirista

dika.meirista03@gmail.com

¹Program Studi Manajemen Bisnis, STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

²Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

Pendahuluan

Dunia bisnis terutama di bidang jasa sangat berkembang pada saat ini, salah satu bisnis jasa yang bertumbuh di Indonesia adalah dunia pariwisata. Dunia pariwisata di Indonesia menawarkan potensi yang besar karena Indonesia memiliki potensi besar untuk keindahan alam, keanekaragaman dan keunikan budaya. Semua potensi ini dapat menjadi modal dalam industri pariwisata terutama industri perhotelan.

Hotel adalah salah satu penunjang untuk majunya dunia pariwisata, yaitu sebagai sarana akomodasi bagi para wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Agar para wisatawan yang mempergunakan sarana akomodasi ini merasa senang, nyaman, serta mendapatkan kepuasan dalam menerima *service* selama tinggal di hotel, maka hotel harus dikelola secara profesional. Hotel mempunyai peranan sebagai jasa penginapan bagi wisatawan yang membutuhkan.

Kenyamanan pengunjung hotel dalam menggunakan jasa hotel merupakan persyaratan utama. Para pengelola hotel harus memberikan kenyamanan sebaik mungkin supaya jasa hunian hotel dapat dipertahankan, misalnya dengan meningkatnya kualitas pelayanan dimiliki dan menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai yang dibutuhkan.

Berdasarkan kesimpulan di atas kepuasan konsumen sangatlah penting karena suatu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis untuk melayani masyarakat harus cepat tanggap guna memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga akan muncul perasaan senang setelah mendapatkan sesuai apa yang diharapkan oleh konsumen (Arikunto, 2013).

Menurut Kotler dan Keller (2016), bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Adapun menurut Tjiptono (2015), bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Dari respon tersebut dapat dijadikan pertimbangan perusahaan dalam mengoptimalkan kepuasan konsumen. Tapi untuk membangun dan mempertahankan kepuasan konsumen tidaklah mudah. Andaikan hasil tidak sesuai dari yang diharapkan konsumen maka bisa dibilang kepuasan konsumen belum bisa dibilang tercapai. Maka dari itu dengan cara upaya mengoptimalkan pelayanan terbaik yang akan memberikan hasil kepuasan terhadap pelanggan. Tujuan utama dalam kepuasan pelanggan yaitu harapan pelanggan yang diinginkan dalam kinerja atau hasil yang berkualitas. Kepuasan pelanggan dapat dipenuhi jika proses

penyampaian jasa sesuai dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan (Cuhanazriansyah dkk, 2021).

Banyak sekali bentuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa, salah satunya adalah jasa hotel. Di Purwakarta terdapat beberapa hotel, seperti tersaji dalam Tabel 1:

Tabel 1 Daftar nama hotel di purwakarta

No	Nama Hotel
1.	Harper Purwakarta by Aston
2.	Hotel Grand Permata Purwakarta
3.	Hotel Grand Situ Buleud
4.	Hotel Jatiluhur Valley & Resort
5.	Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa persaingan hotel di Purwakarta cukup banyak. Oleh karena itu jasa hotel dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, agar mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk atau jasa yang sama (Alma, 2016). Perusahaan perlu membandingkan produk, harga, distribusi, promosi dengan pesaingnya. Salah satu hotel yang ada di Purwakarta yaitu Hotel Hidden Valley Hills dan karena banyaknya pesaing Hotel Hidden Valley Hills dituntut untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan memberikan suatu kualitas pelayanan yang terbaik serta mendapatkan nilai kepuasan pelanggan.

Berikut tabel yang menunjukkan jumlah pengunjung Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta dari tahun 2019 – 2021:

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa jumlah pengunjung Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta mengalami fluktuasi tiap tahunnya. Dapat dilihat pada tahun 2019 terdapat 490 pengunjung, tahun 2020 terdapat 525 pengunjung, dan pada tahun 2021 terdapat 450 pengunjung. Penurunan terendah terjadi pada tahun 2021, hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung tidak selalu merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta. Sesuai dengan penjelasan tersebut, maka dapat dilihat bahwa alasan sebenarnya mengapa terjadi penurunan signifikan yang tidak diketahui, oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian awal dengan melakukan pra survei terhadap konsumen dan wawancara kepada pihak hotel untuk mendapatkan bukti permasalahan yang ada pada Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta. Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti melalui kuesioner yang berupa *google form* dengan pertanyaan yang berhubungan

dengan hasil bahwa pengunjung merasakan ketidakpuasan dalam pelayanan hotel tersebut.

Tabel 2 Data Jumlah Pengunjung Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta Dari Tahun 2019 – 2021

Bulan	Periode		
	2019	2020	2021
Januari	50	50	35
Februari	40	40	40
Maret	30	50	35
April	35	35	35
Mei	40	40	40
Juni	50	50	30
Juli	40	45	45
Agustus	30	30	30
September	30	40	45
Oktober	50	50	40
November	45	45	40
Desember	50	50	35
Jumlah	490	525	450

Dari hasil pra survei dapat dilihat bahwa dari 30 responden, 22 orang menyatakan ketidakpuasan dengan harga, 16 orang tidak tertarik dengan promosinya, 21 orang tidak setuju dengan lokasi yang strategis, 19 orang tidak puas dengan makanannya, 24 orang tidak puas dengan pelayanan yang disediakan. Maka dapat disimpulkan bahwa penyebab turunnya pengunjung diduga karena tidak terpenuhinya kepuasan konsumen.

Untuk mewujudkan kepuasan konsumen memang tidak mudah dan konsumen dari yang sebelumnya berbeda dengan konsumen yang dihadapi saat ini. Pelayanan Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta harus lebih berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan terus memberikan pelayanan yang baik. Maka dari itu Pelayanan Hotel Hidden Valley Hills harus selalu memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas, faktor terpenting dalam kualitas pelayanan adalah kepuasan konsumen.

Berdasarkan pra survei yang dipaparkan di atas, peneliti menduga bahwa alasan turunnya jumlah pengunjung Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta adalah tingkat kepuasan konsumen yang rendah, dan kepuasan konsumen tersebut diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang kurang baik.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan David Chandrawinata selaku general manager Hotel Hidden Valley Hills Purwakarta, mengatakan bahwa kualitas pelayanan Hotel Hidden Valley Hills belum optimal, fenomena

nyata yang sering terjadi saat ini pada hotel Hidden Valley Hills adalah kurangnya kecepatan tanggapan pelayanan dari staff hotel karena keterbatasan karyawan dan kurangnya tanggapan dari karyawan itu sendiri, maka dari itu kepuasan konsumen pun tidak sepenuhnya memberikan nilai plus untuk Hotel Hidden Valley Hills.

Hal ini menjadikan pelayanan yang mengakibatkan pelanggan kurang puas dan adanya keluhan dari pengunjung akibat pelayanan yang kurang memuaskan. Kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Marius, 2018).

Menurut Kotler (2019) dalam Zikri dan Harahap (2022) mengatakan kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Adapun menurut Tjiptono (2014, p. 268) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan.

Tujuan Manajemen Pemasaran

Adapun tujuan dari manajemen pemasaran yaitu: (1) Kebutuhan yang merupakan sesuatu yang sifatnya mendasarkan yang diperlukan untuk memenuhi masalah manusia; dan (2) Keinginan yang merupakan dorongan untuk diselesaikan (hasrat untuk memenuhi kebutuhan) ketika mereka diarahkan kepada tujuan atau objek tertentu yang spesifik, yang memungkinkan memuaskan kebutuhan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ini salah satu fungsi manajemen pemasaran untuk kepuasan pelanggan (Mahira dkk, 2021). Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin besar tingkat kepuasan pelanggan. Indikator dari kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Kotler dan Keller (2016) yaitu sebagai berikut: (1) *Reliability*; (2) *Responsiveness*; (3) *Assurances*; (4) *Empathy*; dan (5) *Tangibles*.

Kepuasan Pelanggan

Adapun indikator kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut teori dari Tjiptono dan Diana (2016, p. 53) yaitu sebagai berikut: (1) Kepuasan pelanggan keseluruhan; (2) Dimensi kepuasan pelanggan; (3) Konfirmasi ekspektasi; (4) Niat beli ulang; (5) Kesiapan untuk

merekomendasikan; dan (6) Ketidakpuasan pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan merupakan suatu sikap pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin besar tingkat kepuasan pelanggan (Ika & Effendi, 2021). Oleh karena itu kenyamanan pelanggan hotel dalam menggunakan jasa hotel merupakan persyaratan utama. Para pengelola hotel Hidden Valley Hills harus memberikan kenyamanan sebaik mungkin supaya jasa hunian hotel dapat dipertahankan, misalnya dengan meningkatnya kualitas pelayanan dimiliki dan menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai yang dibutuhkan.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Diyatma & Rahayu, 2017). Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris Sugiyono (2019, p. 99). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu penulis menduga bahwa terdapat hubungan positif dan pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta.

Metode Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variable (X) (Independent variable) yaitu menganalisa sejauh mana kualitas pelayanan yang memiliki dasar yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangible* (nyata). Selain itu objek penelitian ini adalah variable (Y) (Dependent variable) kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesiediaan untuk merekomendasikan, dan ketidakpuasan pelanggan.

Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan adalah primer dan sekunder. Teknik

pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner.

Populasi, sampel, dan teknik sampling

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi Hotel Hidden Valley Hills yang berjumlah 96 orang, serta dijadikan sampel dalam penelitian ini, maka sampel yang termasuk dalam penelitian ini termasuk sampel *nonprobability* Sampling dengan teknik Insidental yaitu suatu teknik pengambilan data atau sampel sehingga semua data kemungkinan terpilih sebagai sampel tidak sama besar. Untuk digunakan teknik analisis data uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji linearitas, korelasi dan regresi, serta uji signifikan dan koefisien determinasi dengan menggunakan *software* SPSS versi 25.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018, p. 52) menyatakan uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X01	0,704	0,2006	Valid
X02	0,721	0,2006	Valid
X03	0,828	0,2006	Valid
X04	0,637	0,2006	Valid
X05	0,712	0,2006	Valid
X06	0,744	0,2006	Valid
X07	0,706	0,2006	Valid
X08	0,666	0,2006	Valid
X09	0,878	0,2006	Valid
X10	0,868	0,2006	Valid
X11	0,863	0,2006	Valid
X12	0,876	0,2006	Valid
X13	0,892	0,2006	Valid
X14	0,880	0,2006	Valid
X15	0,894	0,2006	Valid
X16	0,849	0,2006	Valid
X17	0,880	0,2006	Valid
X18	0,860	0,2006	Valid

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) (lanjutan)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X19	0,884	0,2006	Valid
X20	0,868	0,2006	Valid
X21	0,883	0,2006	Valid
X22	0,853	0,2006	Valid

Hasil validitas jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang di analisis dengan program SPSS dan outputnya bernama *corrected item total correlation*. Dengan menggunakan kaidah pengujian Menurut Riadi (2016, p. 237), keputusan pengujian validitas instrumen adalah jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka tidak valid dan jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y01	0,887	0,2006	Valid
Y02	0,892	0,2006	Valid
Y03	0,891	0,2006	Valid
Y04	0,894	0,2006	Valid
Y05	0,895	0,2006	Valid
Y06	0,894	0,2006	Valid
Y07	0,939	0,2006	Valid
Y08	0,900	0,2006	Valid
Y09	0,878	0,2006	Valid
Y10	0,872	0,2006	Valid
Y11	0,903	0,2006	Valid
Y12	0,907	0,2006	Valid
Y13	0,903	0,2006	Valid
Y14	0,881	0,2006	Valid
Y15	0,881	0,2006	Valid
Y16	0,891	0,2006	Valid
Y17	0,890	0,2006	Valid
Y18	0,239	0,2006	Valid
Y19	0,896	0,2006	Valid
Y20	0,920	0,2006	Valid
Y21	0,881	0,2006	Valid

Berdasarkan uji validitas pada Tabel 3 dan Tabel 4 keseluruhan nilai r_{hitung} memiliki nilai yang lebih besar daripada r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018, p. 47) menambahkan bahwa reliabilitas sebenarnya

adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adapun pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan SPSS 25.0 *for windows* dengan keputusan uji reliabilitas menurut besarnya tingkat reliabilitas yaitu koefisiensi reliabilitas, reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten).

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	0,879
N of Items	23

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	0,976
N of Items	22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 5 dan Tabel 6, dapat dilihat bahwa instrumen dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang lebih besar dari koefisien kesepakatan yakni $> 0,70$. Hasil dari variabel kualitas pelayanan adalah 0,976 dari total 22 item pernyataan dan untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 0,984 dari total 21 item pernyataan, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018, p. 154) menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Berdasarkan hasil perhitungan melalui SPSS 25.0, diperoleh hasil uji normalitas sebagaimana pada Tabel 7

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Test Statistic	0,142	0,209
Asymp. Sig.(2-tailed)	0,062	0,200

Adapun uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian

ini adalah *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dengan kaidah keputusannya menurut Ghozali (2018, p. 163), sebagai berikut:

H_a: Populasi nilai variabel berdistribusi norma

H_o: Populasi nilai variabel berdistribusi tidak normal

Gunakan Ketentuan penerimaan/penolakan H_o dengan syarat: (1) Jika nilai *Sig* < 0,05 maka tolak H_a terima H_o artinya data tidak berdistribusi normal; atau (2) Jika nilai *Sig* > 0,05 maka terima H_a tolak H_o artinya data berdistribusi normal.

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh hasil nilai *Sig*. kualitas pelayanan lebih besar daripada nilai probabilitas (0.062 > 0.05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa populasi nilai kualitas pelayanan berdistribusi normal. Sedangkan untuk kepuasan pelanggan, diperoleh hasil nilai *Sig*. lebih besar daripada nilai probabilitas (0.200 > 0.05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa populasi nilai kepuasan pelanggan berdistribusi normal. Maka terima H_a tolak H_o, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018, p. 159) uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak, apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel 8

Pada Tabel 8, uji linearitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui adakah antara variabel bebas dan terikat mempunyai hubungan linear atau tidak.

Kriteria pengujiannya menurut Ghozali (2018:169) adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai *Sig* (0,05 < *Sig*), berarti model regresi linear; atau (2) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai *Sig* (0,05 > *Sig*), berarti model regresi tidak linear.

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai *Sig* sebesar 0,719, maka hasil probabilitas 0,05 lebih kecil dari nilai *Sig* (0,05 < 0,719) artinya model regresi linear, yang berarti ada hubungan linear antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Tabel 8 Hasil Uji Linearitas

		Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan	Between Groups	39884,033	44	906,455	13,182	0,000
*Kualitas pelayanan	Linearity	37399,393	1	37399,393	543,886	0,000
	Deviation from linearity	2484,640	43	57,782	0,840	0,719
	Within groups	3506,925	51	68,763		
	Total	43390,958	95			

Uji Analisis Korelasi Linear Sederhana

Sugiyono (2019, p. 246) mengemukakan bahwa teknik korelasi *product moment* digunakan untuk mencari hubungan dua variable bila data kedua variable berbentuk interval dan rasio, dan sumber data dari dua variable tersebut adalah sama.

Adapun menurut Riadi (2016, p. 208) menambahkan korelasi product moment adalah alat uji statistik parametrik yang digunakan untuk menguji hubungan dua sampel acak, homogen, dan berdistribusi normal. Berdasarkan hasil perhitungan melalui SPSS versi 25.0 diperoleh hasil analisis korelasi linear sederhana sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Analisis Korelasi Linear Sederhana

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	0,928
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	0,928	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	96	96

Pada Tabel 9, berdasarkan nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y), memiliki hubungan yaitu 0,928 jika dikonfirmasi dengan tabel interpretasi koefisien nilai r, maka korelasi sebesar 0,928 variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) berada pada tingkat 0,80 – 1,000 yang berarti hubungan sangat kuat. Lalu menurut kaidah keputusannya Riduan (2016, p. 231) yaitu jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai Sig (0,05 > Sig) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Karena nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya signifikan. Terbukti bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018, p. 97), “Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat”. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui berapa persen variasi variabel independen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Hasil *Adjusted R²* dapat dilihat pada *output Model Summary*. Perhitungan uji ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.0. yang tersaji pada Tabel 10.

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate	Durbin-Watson
0,928	0,862	0,860	8,53009	0,790

Pada Tabel 10, menunjukkan nilai R = 0,928 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,862. Artinya kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 86,2% oleh kualitas pelayanan (X). sedangkan sisanya ($100\% - 86,2\% = 13,80\%$), dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Jika dikonfirmasi dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai r, maka nilai *R Square* ini berada pada tingkat hubungan yang sangat kuat antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Artinya bila koefisien korelasi nilai r berada pada daerah 0,80 – 1,000 terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Sugiyono (2019, p. 252) menjelaskan bahwa regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Berdasarkan hasil perhitungan melalui SPSS versi 25.0 diperoleh hasil analisis regresi linear sederhana sebagaimana yang ditampilkan pada Tabel 11.

Berdasarkan Tabel 11, terlihat nilai konstanta -7,813 dan nilai beta sebesar 0,992 serta diperoleh $t_{hitung} = 24,223$ dan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = a + bX$ atau $\hat{Y} = -7,813 + 0,992X$. Dimana nilai konstanta -7,813 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan sama dengan nol ($X=0$), maka variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 11 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig
Constant	-7,813	2,980		-2,622	0,010
Kualitas Pelayanan	0,992	0,041	0,928	24,223	0,000

(Y) adalah -7,813. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif yaitu koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,992, artinya bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 poin, maka kepuasan pelanggan dapat diprediksikan akan mengalami kenaikan sebesar 0,992 (99,2% = 99%). Dengan kata lain, apabila variabel kualitas pelayanan semakin tinggi, maka nilai variabel kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

Simpulan

Gambaran kualitas pelayanan Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta dari tanggapan 96 responden adalah sebesar 6682, dimana nilai tersebut berada pada kontinum rendah dengan persentase sebesar 60,60%. Dengan skor tertinggi pada sub variabel Bukti Fisik (*Tangible*) mendapat persentase sebesar 73,61% artinya bukti fisik Hotel Hidden Valley Hills dengan keunggulan dari segi kualitas yang dimilikinya sudah terjamin, karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang berupa fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan, peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Kemudian skor terendah terdapat pada sub variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) mendapat persentase sebesar 56,60% yang artinya menurut responden masih merasa kurang dalam kesigapan staff hotel membantu pelanggan dalam berbagai hal yang dibutuhkan.

Gambaran kepuasan pelanggan Hotel Hidden Valley Hills dari tanggapan 96 responden adalah sebesar 5878, dimana nilai tersebut berada pada kontinum rendah. Dengan skor tertinggi ada pada sub variabel Kediaan Untuk Merekomendasikan mendapat persentase sebesar 65,49% artinya menurut responden Hotel Hidden Valley Hills memiliki pengukuran kepuasan pelanggan sehingga menyebabkan adanya Kediaan Untuk Merekomendasikan. Kemudian skor terendah terdapat pada sub variabel kepuasan tentang Kepuasan Pelanggan Keseluruhan dengan persentase 56,39% artinya menurut responden Hotel Hidden Valley Hills masih kurang dalam keseluruhan yang sudah diberikan mulai dari fasilitas, pelayanan dan biaya, sehingga hal tersebut mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan keseluruhan dan menyebabkan responden merasa tidak puas karena tidak sesuai dengan harapan.

Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel

kepuasan pelanggan (Y). Hal ini bisa dilihat berdasarkan hasil pengolahan data yang mengindikasikan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbukti sebesar 86,2%, sedangkan sisanya 13,80% dapat dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Rekomendasi

Terkait variabel kualitas pelayanan terdapat pada sub variabel daya tanggap (*Responsiveness*) dengan indikator kemampuan staff hotel untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang tamu sampaikan, maka dari itu pihak hotel harus Memberikan pelatihan atau kursus agar staff hotel bisa mengetahui cara menangani keluhan pelanggan yang benar, cepat dan tanggap. Dan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal pihak hotel dapat memberikan motivasi atau reward kepada staff hotel agar mereka tetap bekerja dengan baik, giat dan memberikan jasa secara cepat kepada pelanggan. Adapun skor terendah lainnya terdapat pada sub variabel empati (*emphaty*) dengan indikator staff Hotel Hidden Valley Hills Kab.Purwakarta dalam mengerti keinginan tamu, maka dari itu seharusnya staff hotel lebih belajar memahami apa yang biasa dibutuhkan tamu saat menginap, dengan memberikan perhatian secara individual. Staff hotel dapat lebih peka dengan apa yang diinginkan tamu dan lebih sering bertanya apa yang diinginkan oleh tamu tanpa melewati batas privasi tamu. Adapun skor terendah lainnya terdapat pada sub variabel Reliabilitas (*Reliability*) dengan indikator staff Hotel Hidden valley Hills Kab. Purwakarta memiliki setiap catatan dengan akurat, maka dari itu pihak hotel seharusnya menerapkan sistem operasi dengan cara terkomputerisasi maka hal ini akan menjadi lebih mudah. Contohnya Jika catatan tentang riwayat kunjungan tamu tersedia maka nama -nama tamu yang tertera pada expected arrivals list harus dicocokkan atau diperiksa kembali pada catatan riwayat kunjungan tamu dan dengan menerapkan operasi seperti itu dapat mempermudah staff hotel ketika mencari kembali catatan yang dibutuhkan pelanggan.

Terkait variabel kepuasan pelanggan diketahui bahwa skor terendah terdapat pada sub variabel kesediaan untuk merekomendasikan dengan indikator saya melakukan *share* (update status serta lainnya) di media sosial ketika saya menggunakan jasa Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta, maka dari itu staff hotel seharusnya memberikan respon yang cepat dan tanggap, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, mendengarkan keluhan pelanggan, melengkapi fasilitas yang dibutuhkan pelanggan. Adapun skor terendah lainnya terdapat sub variabel kepuasan pelanggan keseluruhan dengan indikator pelayanan staff Hotel Hidden Valley Hills Kab.Purwakarta sudah bagus, maka dari itu staff hotel seharusnya memberikan respon yang

cepat dan tanggap, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, mendengarkan keluhan pelanggan, melengkapi fasilitas yang dibutuhkan pelanggan. Adapun skor terendah lainnya terdapat pada sub variabel dimensi kepuasan pelanggan dengan indikator saya puas terhadap sikap seluruh staff dalam memberikan pelayanan, maka dari itu staff hotel seharusnya meningkatkan kualitas pelayanan, ciptakan komunikasi yang efektif, layani pelanggan dengan ramah, mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan.

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan hotel berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta. Dengan demikian penulis merekomendasikan agar Hotel Hidden Valley Hills Kab. Purwakarta lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam memberikan pelayanan agar mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun langkah- langkah agar meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan dan memahami pelayanan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan, memberikan pelayanan yang unggul dan prima sehingga akan membuat pelanggan merasa puas atas kinerja yang dilakukan oleh jasa Hotel Hidden Valley Hills Kab.Purwakarta.

Bagi penulis, dalam penelitian ini belum sepenuhnya mendalami lebih jauh mengenai variabel dan indikator-indikator lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu penulis menyadari bahwa begitu banyak pembelajaran akan ilmu-ilmu yang belum sempat didalami lebih lanjut seperti kepuasan pelanggan seperti produk, promosi, merek, harga. Dengan demikian diperlukan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang untuk terciptanya hasil yang lebih variatif.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Suatu Penelitian Pendekatan Produk*. PT. Rineka Cipta.
- Cuhanazriansyah, M. R., Giatman, M., & Ernawati, E. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan DANA pada masa Physical Distancing. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(2), 311-319.
<https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i2.35853>
- Diyatma, A., & Rahayu, I. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & bar. *eProceedings of Management*, 4(1).

- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ika, D.W.D., & Effendi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. <http://repository.stei.ac.id/3163/>
- Kotler, P. Keller. (2016) *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Marlius, D. (2018). Loyalitas nasabah bank nagari syariah cabang bukitinggi dilihat dari kualitas pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3).
<https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Riduwan. (2016). *Pengantar Statistika Sosial*. CV Alfabeta.
- Riadi, E. (2016). Statistik Penelitian, Analisis Manual dan IBM SPSS Edisi Pertama. *Andi Obset*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Ed.3) Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Ed.4). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, penerapan, dan Penelitian*. CV. Andi Offset.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 923-926.