

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI SHERATON BALI KUTA RESORT

NI LUH KETUT SRI SULISTYAWATI

nlk.sulistyawati@gmail.com

NI PUTU INDAH SUKMAYANI

indah_sukmayani@yahoo.co.id

Program Studi Administrasi Perhotelan
Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali
Jl. Dharmawangsa, Kampial, Nusa Dua Bali, Telp. (0361) 773537

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan salah satu cara untuk mencapai kepuasan tamu yang ditandai dengan minat pembelian ulang yang ditunjukkan dengan adanya repeater guest. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan tamu serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort. Sampel penelitian sebanyak 100 responden dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan disebar dengan metode simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis (uji t). Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 3,9 yang termasuk kategori baik. Kepuasan tamu memiliki nilai rata-rata sebesar 4,1 yang termasuk kategori puas. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort. Hasil uji t menunjukkan nilai thitung sebesar $15,824 > 1,98$ yang merupakan t tabel dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai R Square sebesar 0,719 berarti kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 71,9% terhadap kepuasan tamu sementara sisanya sebesar 28,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : kepuasan tamu, kualitas pelayanan

ABSTRACT

Service quality is one way to achieve guest satisfaction which is characterized by interest in repurchasing as indicated by the guest repeater. This study aims to determine service quality and guest satisfaction and analyze the influence of service quality on guest satisfaction at the Sheraton Bali Kuta Resort. The research sample of 100 respondents was calculated using the Slovin formula. Data collection techniques using questionnaires and distributed by simple random sampling method. The data analysis technique used is simple linear regression analysis, and hypothesis testing (t test). The results showed that the average value of service quality was 3.9 which was in the good category. Guest satisfaction has an average value of 4.1 which includes the satisfied category. Service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction at the Sheraton Bali Kuta Resort. The results of the t test show a value of tcount of $15.824 > 1.98$ which is a t table with a significant value of 0,000. R Square value of 0.719 means that service quality contributes 71.9% to guest satisfaction while the remaining 28.1% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: guest satisfaction, service quality

PENDAHULUAN

International yang sangat memperhatikan Sektor pariwisata merupakan sektor andalan bagi perekonomian Bali. Salah satu sarana wisata yang memegang peranan penting bagi kenyamanan wisatawan adalah usaha jasa akomodasi. Pembangunan jasa akomodasi khususnya hotel di Bali berkembang dengan sangat pesat. Semakin bertambahnya jumlah usaha di bidang pariwisata khususnya akomodasi mengakibatkan tingginya persaingan usaha diantara hotel-hotel dalam menjual produk dan jasa hotelnya. Demi bertahan ditengah persaingan yang ketat, pengusaha hotel akan berusaha menciptakan kepuasan tamu melalui peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan hotel di Bali sudah dikenal dengan baik melalui keramah-tamahannya. Agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan tersebut harus terus melakukan pembenahan di sektor pariwisata, utamanya Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai pelaku pariwisata agar dapat memberikan pelayanan terbaik sehingga dapat terus menarik para wisatawan. Pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas pelayanan. Menurut Sunyoto (2015:275) organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri dan usaha agar mampu bertahan di tengah lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi, perubahan, persaingan tinggi, dan meningkatnya kualitas hidup. Namun, dapat akan ditawarkan kepada konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen, suatu dituntut harus mampu memantau konsumen yang merupakan target pasarnya. Kepuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan keinginan konsumen (Cravens, 2006:30). Sheraton Bali Kuta Resort merupakan sebuah hotel resort bintang 5 dengan merek/brand internasional yang berada di bawah naungan manajemen Marriott

International yang sangat memperhatikan Sektor pariwisata merupakan sektor andalan bagi perekonomian Bali. Salah satu sarana wisata yang memegang peranan penting bagi kenyamanan wisatawan adalah usaha jasa akomodasi. Pembangunan jasa akomodasi khususnya hotel di Bali berkembang dengan sangat pesat. Semakin bertambahnya jumlah usaha di bidang pariwisata khususnya akomodasi mengakibatkan tingginya persaingan usaha diantara hotel-hotel dalam menjual produk dan jasa hotelnya. Demi bertahan ditengah persaingan yang ketat, pengusaha hotel akan berusaha menciptakan kepuasan tamu melalui peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan hotel di Bali sudah dikenal dengan baik melalui keramah-tamahannya. Agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan tersebut harus terus melakukan pembenahan di sektor pariwisata, utamanya Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai pelaku pariwisata agar dapat memberikan pelayanan terbaik sehingga dapat terus menarik para wisatawan. Pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas pelayanan. Menurut Sunyoto (2015:275) organisasi yang fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri dan usaha agar mampu bertahan di tengah lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi, perubahan, persaingan tinggi, dan meningkatnya kualitas hidup. Namun, dapat akan ditawarkan kepada konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen, suatu dituntut harus mampu memantau konsumen yang merupakan target pasarnya. Kepuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan keinginan konsumen (Cravens, 2006:30). Sheraton Bali Kuta Resort merupakan sebuah hotel resort bintang 5 dengan merek/brand internasional yang berada di bawah naungan manajemen Marriott

mempertahankan kestabilan pemberian kualitas pelanggan. Secara sederhana, tamu yang puas pelayanan oleh karyawan yang nantinya akan akan bersedia untuk merekomendasikan dirasakan tamu. Terdapat lima dimensi kualitas tentang pelayanan hotel (word of mouth) pelayanan yang dirasakan oleh tamu secara kepada kolega atau keluarga mereka dan nyata yaitu Tangible (berwujud), Reliability memiliki minat pembelian ulang. Dalam dunia (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), perhotelan pembelian berulang ditandai Assurance (jaminan), dan Emphaty (empati) dengan adanya tamu yang menginap secara (Parasuraman, dkk., dalam Sunyoto, 2015:288). berulang-ulang (repeater guest). Berikut adalah Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut data tentang jumlah serta kontribusi kedatangan sangat penting bagi setiap perusahaan jasa karena tamu dan tamu datang berulang (repeater kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan guest di Sheraton Bali Kuta dari tahun 2015 kebutuhan atau keinginan pelanggan sampai dengan 2017.

serta ketepatan dalam mengimbangi harapan

Tabel 1

Jumlah dan Kontribusi Kedatangan Tamu dan Tamu Datang Berulang di Sheraton Bali Kuta Resort Tahun 2015 - 2017

Tahun	Jumlah Kedatangan Tamu dan Tamu Datang Berulang (Repeater Guest)		Kontribusi Jumlah Kedatangan Tamu dan Tamu Datang Berulang (Repeater Guest)	
	Jumlah Kedatangan	Jumlah Repeater guesst	Jumlah Kedatangan (%)	Jumlah Repeater Guest (%)
2014	8.343	697	66,6	2,8
2015	9.938	486	70,2	1,7
2016	11.099	301	74,9	1,1
2017	12.226	186	80,7	0,6

Ketidakpuasan tamu di Sheraton Bali atau dirasakan sehingga timbul keluhan-Kuta Resort ditunjukkan pada Tabel 1 mengenai keluhan serta kemungkinan untuk beralih penurunan jumlah kedatangan repeater guest ke pesaing. Karena pada dasarnya, serta kontribusinya terhadap tingkat hunian repeater guest merupakan tamu yang sudah kamar setiap tahunnya. Dari Tabel 1 dapat dilihat pernah menerima atau menikmati pelayanan bahwa adanya trend jumlah kunjungan hotel, sehingga mereka dapat membandingkan repeater guest yang menurun dari tahun ke dengan pengalamann mereka sebelumnya. tahun. Menurunnya jumlah kedatangan repeater Apabila pelayanan yang diberikan semakin guest dimulai pada tahun 2015 dengan total buruk dan tidak melampaui harapan mereka, kunjungan sebesar 486 orang dan berkontribusi maka hal tersebut juga menyebabkan para sebesar 1,7% terhadap occupancy. Kemudian, repeater guest berfikir ulang untuk membeli tahun 2016 angka kunjungan repeater guest dan menggunakan jasa hotel lagi. Ketidakpuasan kembali menurun dengan jumlah pada tamu juga menyebabkan mereka tidak kunjungan sebesar 301 orang dan memiliki bersedia untuk merekomendasikan hotel secara kontribusi sebesar 1,1% terhadap tingkat positif kepada orang-orang terdekatnya. Karena hunian kamar. Penurunan jumlah kedatangan tamu yang kecewa akan bercerita paling repeater guest secara nyata terjadi pada sedikit kepada 15 orang lainnya (Lupiyoadi, tahun 2017 dengan jumlah kunjungan sebesar 2006:143). Dampaknya calon pelanggan akan 186 orang dan hanya berkontribusi sebesar menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. 0,6% terhadap occupancy. Penurunan tersebut Berdasarkan latar belakang yang telah disebabkan tamu merasa kecewa karena diuraikan di atas, maka rumusan masalah perbedaan kualitas pelayanan yang diterima dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah

pengaruh kualitas pelayanan terhadap bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort?" sesuatu" atau membuat sesuatu memadai Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (Tjiptono, 2016:204). Supranto (2001:233) kualitas pelayanan dan kepuasan tamu serta mengartikan kepuasan sebagai tingkat perasaan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan seseorang setelah membandingkan kinerja atau terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort. Pelanggan adalah setiap individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari beberapa orang lain atau kelompok orang (Supranto (2001:21). Pelanggan dapat juga diartikan sebagai orang yang membeli dan diharapkan dan pengendalian atas tingkat menggunakan produk (barang atau jasa) suatu keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan perusahaan (Nasution (2004:102). Pendapat pelanggan (Wyckof dan Lovelock dalam tersebut senada dengan yang dinyatakan oleh Tjiptono (2005:59). Sedangkan pelayanan adalah Greenberg (2010:78) bahwa pelanggan adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas individu ataupun kelompok yang membeli produk pelayanan dari sebuah perusahaan industri fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan beberapa faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelanggan sehingga tercapai kepuasan (Sugiarto dan pelayanan berdasarkan keputusan mereka (2002:216.) Jadi kualitas pelayanan dapat sendiri.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat menggunakan produk (barang atau jasa) suatu keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan perusahaan (Nasution (2004:102). Pendapat pelanggan (Wyckof dan Lovelock dalam tersebut senada dengan yang dinyatakan oleh Tjiptono (2005:59). Sedangkan pelayanan adalah Greenberg (2010:78) bahwa pelanggan adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas individu ataupun kelompok yang membeli produk pelayanan dari sebuah perusahaan industri fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan beberapa faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelanggan sehingga tercapai kepuasan (Sugiarto dan pelayanan berdasarkan keputusan mereka (2002:216.) Jadi kualitas pelayanan dapat sendiri.

diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat yang beragam. Kepuasan tidak selamanya keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan diukur dengan uang tetapi lebih didasarkan pelanggan (Tjiptono, 2004:59). Lupioyadi pada pemenuhan perasaan tentang apa yang (2006:181) secara lebih lengkap mendefinisikan dibutuhkan seseorang. Kotler (2000) dalam kualitas pelayanan sebagai faktor yang Tjiptono (2006:350) menyatakan bahwa menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan perusahaan yang menunjukkan kemampuan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau perusahaan dalam memberikan pelayanan yang hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan berkualitas kepada konsumen dan sebagai harapannya. Sedangkan menurut Gerson dalam strategi untuk mempertahankan diri dan mencapai Arief (2007:167) kepuasan pelanggan bahwa kesuksesan dalam menghadapi persaingan. harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Terdapat lima dimensi SERVQUAL yang Beberapa indikator yang dapat dipergunakan dapat digunakan untuk mengevaluasi untuk mengukur kepuasan pelanggan diantaranya kualitas pelayanan perusahaan meliputi: Bukti tetap setia membeli produk yang ditawarkan, fisik (tangible), Keandalan (reliability), Daya merekomendasikan produk, bersedia membayar Tanggapan (responsiveness), Jaminan dan kepastian lebih, memberi masukan kepuasan pelanggan (assurance), dan Empati (empathy). secara keseluruhan (overall customer satisfaction),

Kepuasan Pelanggan

Dalam melakukan usaha suatu perusahaan kesediaan untuk merekomendasi (willingness to besar maupun perusahaan kecil tidak terlepas recommend), ketidakpuasan pelanggan customer dari penjualan. Penjualan yang baik akan dissatisfaction) (Kotler & Keller (2012:155 ; menciptakan suatu kepuasan. Kata kepuasan Fornel, dkk dalam Tjiptono, 2005:125) . (satisfaction) berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai) dan "facto" (melakukan atau membuat). Sehingga kepuasan

METODE

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu Fisik (tangible), Ketanggapan (responsiveness), yang menginap pada tahun 2018 dengan jumlah Kehandalan (reliability), Jmainan dan kepastian yang diasumsikan sama dengan periode yang (Assurance) dan Empati. Sedangkan kepuasan sama di tahun 2017 yaitu sebanyak 12.563 tamu tamu adalah tingkat persaan seseorang setelah yang menginap. Pada penelitian ini tidak diteliti membandingkan kinerja atau hasil yang diterima seluruh populasi, tetapi diambil sampel yang atau rasakan dengan harapannya (Kotler dalam representatif mengingat keterbatasan waktu, biaya, Tjiptono, 2006:350). Indikator untuk variabel tenaga serta kompleksitas dari populasi tersebut. kepuasan tamu meliputi kepuasan pelanggan Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik keseluruhan (overall customer satisfaction), probability sampling yaitu teknik pengambilan minat pembelian ulang (repurchase intention), sampel yang memberikan peluang yang sama Kesediaan untuk merekomendasi (willingness bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi recommended), dan ketidakpuasan pelanggan anggota sampel (Morrisan, 2015:121). Sedangkan (Customer Dissatisfaction).

metodenya menggunakan metode simple random Teknik analisis data yang dipergunakan sampling, karena pengambilan anggota sampel dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier dari populasi dilakukan secara acak tanpa sederhana dengan persamaan regresi sederhana : memperhatikan strata yang ada dalam populasi. $\hat{Y} = a + b X$ Perhitungan penentuan sampel dalam penelitian Untuk pengujian hipotesis dengan ini menggunakan rumus Slovin (Husein, 2008:78), menggunakan program software SPSS V.24.0 for Windows. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

$$n = N$$

$$(1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel yang digunakan. Batas toleransi kesalahan yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah 10%

Dengan menggunakan rumus Slovin, maka Uji validitas dilakukan pada item-item perhitungan sampel adalah pernyataan variabel kualitas pelayanan dan sebagai berikut: variabel kepuasan tamu. Seluruh butir pertanyaan pada kedua variable tersebut memiliki nilai r hitung

$$n = \frac{12.563}{(1 + 12.563 (0,1)^2)}$$

$$= 99,99$$

$$= 100 \text{ (dibulatkan)}$$

$$= 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan Alpha Cronbach (α) $\geq 0,60$ (Ghozali, 2006:42). dalam penelitian ini adalah kuesioner untuk Hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan memperoleh data variabel Kualitas Pelayanan dan variabel kepuasan tamu terlihat dilihat bahwa dan Kepuasan Tamu. Kualitas pelayanan adalah hasil uji reliabilitas dari indikator pernyataan tingkat keunggulan yang diharapkan dan kuesioner pada variabel kualitas pelayanan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,919 untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, dan indikator pernyataan kuesioner pada variabel 2006:59). Indikator untuk variabel ini meliputi kepuasan tamu memiliki nilai Cronbach's Alpha lima dimensi kualitas pelayanan yaitu Bukti sebesar 0,878. Hasil tersebut berarti item-item

pernyataan pada kedua variabel yang digunakan (responsiveness) yang berarti mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki nilai alpha cronbach menilai bahwa karyawan tanggap dan cepat dalam lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh item memberikan pelayanan pada setiap permintaan pernyataan dinyatakan reliable. tamu di Sheraton Bali Kuta Resort.

Hasil analisis deskriptif

Variabel kualitas pelayanan disimbolkan dengan X, diukur dengan menggunakan 26 pernyataan yang ditanggapi oleh 100 responden menggunakan skala Likert. Untuk jawaban sangat baik (very good) diberi nilai 5, jawaban baik (good) diberi nilai 4, jawaban cukup baik (enough) diberi nilai 3, jawaban tidak baik (not good) diberi nilai 2 dan jawaban sangat tidak baik (very poor) diberi nilai 1. Dari hasil penilaian responden secara keseluruhan terhadap variabel kualitas pelayanan sebesar 3,9 dan hasil tersebut masuk dalam kategori baik. Hasil tersebut memiliki arti bahwa kualitas pelayanan di Sheraton Bali Kuta Resort dinilai baik oleh tamu. Hal tersebut dikarenakan Sheraton Bali Kuta Resort telah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan dimensi SERQUAL. Dalam penelitian ini dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi terhadap penilaian responden adalah dimensi daya tanggap 2 berikut:

Hasil perhitungan yang digunakan dengan menggunakan SPSS for Windows Version 24.0, dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi terhadap penilaian responden adalah dimensi daya tanggap 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.147	2.329		3.498	.001
	X	.365	.023	.848	15.824	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil analisis data seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2, maka persamaan regresi liniernya adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,147 + 0,365 X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dengan nilai 0,365 artinya, apabila kualitas pelayanan memberikan manfaat bagi tamu maka akan semakin meningkat kepuasan tamu yang menginap di Sheraton Bali terhadap kepuasan tamu.

Tabel 3. Hasil Analisis R square Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.848 ^a	.719	.716	2.755	.719	250.396	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Penelitian (Data Diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa model jalur hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu memberikan hasil

R Square sebesar 0,719 yang berarti variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan tamu sebesar 71,9% sedangkan kontribusi lainnya sebesar 28,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Analisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada penelitian ini sesuai dengan pendapat Lupioyadi (2006:181) yang menyatakan kualitas pelayanan sebagai faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Kualitas pelayanan bertujuan untuk menilai sejauh mana tingkat keunggulan suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan/ disampaikan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tamu dalam mencapai kepuasan tamu. Menurut Tjiptono dalam Marsum (2007:63) kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan sumber daya manusia, fasilitas, alat kerja. Jadi, apabila hotel ingin meningkatkan kepuasan tamu

maka kualitas pelayanan juga harus ditingkatkan melalui sumber daya manusia yang bekerja di hotel harus mempunyai pengetahuan yang luas, memiliki keterampilan, sikap yang baik serta cara pendekatan pada tamu. Selain itu, fasilitas-fasilitas dan alat-alat kerja yang dimiliki perusahaan juga harus mendukung. Upaya Sheraton Bali Kuta Resort dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan cara memberikan pelatihan secara

berkala kepada karyawan, perawatan fasilitas-fasilitas hotel agar memadai dan layak digunakan oleh tamu serta kelengkapan alat-alat kerja untuk menunjang kegiatan operasional dalam memberikan pelayanan kepada tamu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: a). Tingkat kualitas pelayanan di Sheraton Bali Kuta Resort masuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,9; b). Tingkat kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort masuk dalam kategori puas dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 4,1; c). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Bali Kuta Resort berdasar hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05; d) Nilai R Square sebesar 0,719 menunjukkan kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu sebesar 71,9% sementara sisanya sebesar 28,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini adapun saran-saran yang dapat diberikan kepada manajemen Sheraton Bali Kuta Resort adalah sebagai berikut: a). Mempertahankan penilaian tamu yang sudah baik mengenai kualitas pelayanan yang telah dimiliki saat ini melalui berbagai pelatihan-pelatihan (minimal 1 bulan sekali) yang bertujuan untuk menjaga kestabilan layanan yang diberikan

kepada tamu agar lebih baik lagi kedepannya; b) Melakukan review guest comment secara rutin setiap minggu sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam mengambil langkah yang bertujuan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan tamu; c) Mengingat kualitas pelayanan memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan tamu dan bagian yang lebih dominan memberikan

pelayanan secara langsung kepada tamu adalah bagian operasional atau Front of house sehingga pihak manajemen sebaiknya memberikan perhatian lebih terhadap attitude, knowledge, dan skill karyawan bagian operasional untuk meningkatkan penampilan dan kinerja mereka; d) Kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan tamu, maka perlu dilakukan analisa atau pencarian informasi oleh manajemen mengenai kualitas pelayanan yang bertujuan untuk mengetahui apabila ada hal-hal yang tidak sesuai dengan harapan tamu sehingga dengan cepat mampu ditangani yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan dan membuat tamu bersedia untuk datang lagi di kemudian hari. Selain itu, melakukan penggalan informasi mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan tamu juga sangat dibutuhkan guna mengetahui peluang dan dapat lebih meningkatkan kepuasan tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2007. Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Malang: Banyumedia Publishing.
- Ari S. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Santika Kuta. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Program Studi Bisnis Hospitaliti. Sekolah Tinggi Pariwisata Bali: Badung.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran (edisi revisi). Bandung: CV. Alfabeta.
- Christopher H Lovelock dan Lauren K. Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa, Alih Bahasa Agus Widyantoro. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Indeks Cravens, C.W. 1996. Pemasaran Strategis. Erlangga. Jakarta.
- Durianto, Darmadi. 2002. Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Bagian Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, P. 2010. Customer Relationship Management as the Speed of Light: Fourth Edition McGraw-Hill
- Handi Irawan. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Hardiansyah. 2011. Kualitas Pelayanan Publik. Gaya Media. Yogyakarta
- Herdiansyah, Harris. 2013. Wawancara, Observasi, dan Focus Groups. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Iqbal. 2008. Statistik 1 (Statistik Deskriptif), Edisi Kedua. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hsin-Hui (Sunny) Hu, Jay Kandampully & Tanika Juwaheer. 2009. Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study. The services Industries Journal. Vol. 29, No.2, February 2009, 111-125
- Irawan, Handy. 2003. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kandampully, Jay. 2007. Service Management the New Paradigm in Hospitality. Pearson Education, Inc. New Jersey
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Madiun, Nyoman, Mertha dan Tuwi. 2005. *Dasar-Dasar Statistik*. Bali: KPN Werdhi Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- Marsun, WA. 2007. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Moleong. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rosda.
- Morrison, M.A. 2015. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenada Media.
- Mursid. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara, Jakarta
- Nasution, M. Nur 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing. Malang, Jawa Timur.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Umar. H. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Riduwan dan Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.
- Saidani, B. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konseumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. *Journal of Marketing Managemet.*. Vol. 3, No.1, April 2013.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sanjaya P. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office Department Terhadap Kepuasan Tamu Pada Pelangi Bali Hotel and Spa*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Politeknik Negeri Bali: Badung
- Sawitri, Kertiyasa dan Abdullah J. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accomodation di Ubud*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Jurusan Pariwisata. Universitas Udayana: Denpasar.
- Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA. Bandung
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Sunyoto, Danang dan Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. CAPS. Jakarta
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Edisi 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonesia Kampus Fakultas Ekonomi UIII Yogyakarta
- Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa Edisi Pertama*. EKONISIA, Yogyakarta.