



Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap ke Hotel 88 Jakarta

Heny Ratnaningtyas^{1*}, Andhalia Liza Marie², Gratia Wirata Laksmi³, Pusparani⁴, Anis Darsiah⁵, Mimi Enggriani⁶

^{1,3}S1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jl. IKPN Bintaro No.1, Pesanggrahan, Jakarta Selatan

^{2,5,6}STr Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jl. IKPN Bintaro No.1, Pesanggrahan, Jakarta Selatan

⁴STr Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jl. IKPN Bintaro No.1, Pesanggrahan, Jakarta Selatan

¹e-mail: *heny.ratnaningtyas@stptrisakti.ac.id

*Corresponding author

ABSTRACT

This study aims to determine the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy for the decision to stay at Hotel 88 Jakarta. This type of research is descriptive quantitative with multiple analytical methods. The objects in this study are hotel guests staying at Hotel 88 Jakarta. The sampling technique uses accidental sampling. The sample of this research is 100 people hotel guests staying at Hotel 88 Jakarta. The results of the study partially show that physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on the decision to visit. Hotel 88 service quality is demanded to be able to provide products whose benefits are directly felt by consumers. Hotel 88 is expected to continue to improve service quality and service deficiencies can be evaluated by Hotel 88 so that it can be corrected so that consumer needs and desires are met.

Keywords:

quality of service, decision to stay, hotel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap keputusan menginap di Hotel 88 Jakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode analisis berganda. Objek dalam penelitian ini adalah tamu hotel yang menginap di Hotel 88 Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang tamu hotel yang menginap di Hotel 88 Jakarta. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kualitas pelayanan Hotel 88 dituntut harus mampu menyediakan produk yang manfaatnya langsung dirasakan oleh konsumen. Hotel 88 diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan dan kekurangan pelayanan dapat dievaluasi oleh pihak Hotel 88 agar dapat diperbaiki agar kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi.

Kata Kunci:

kualitas pelayanan, keputusan menginap, hotel

1. PENDAHULUAN

Keberhasilan perusahaan adalah tercapainya strategi pemasaran salah satunya dapat melaksanakan kegiatan pelayanan yang baik dan berkualitas tinggi (Susepti et al, 2017). Keinginan calon pelanggan harus diketahui oleh manajemen perusahaan agar kepuasan mereka dapat terpenuhi (Ratnaningtyas et al, 2022). Jika perusahaan ingin mendapatkan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, maka harus dapat melayani konsumen dengan baik dan tepat (Marie et al, 2021). Konsumen yang terpenuhi kepuasannya akan meningkatkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan calon pelanggan, sehingga mereka terus mengkonsumsi terus produk atau jasa, maka terwujudnya loyalitas calon pelanggan menjadi pelanggan setia, mereka juga dapat memberitahukan kepada saudara dan teman-teman mereka tentang kualitas pelayanan yang terbaik (Ratnaningtyas et al, 2022). Memberitahukan kualitas pelayanan terbaik kepada banyak orang akan memberikan keuntungan untuk perusahaan karena banyaknya konsumen berminat membeli produk atau jasa perusahaan (Ratnaningtyas et al, 2022).

Jasa penginapan adalah salah satu kegiatan perusahaan dibidang perhotelan yang harus melakukan penilaian kualitas layanan yang lebih baik dan berkualitas tinggi yang akan diberikan kepada calon pelanggan (Suryadharma & Nurcahya, 2015). Perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan diharuskan memiliki kemampuan menyediakan jasa atau produk, sehingga konsumen dapat merasakan langsung akan manfaat jasa atau produk tersebut (Tahlele, 2017). Kamar dan segala kelengkapan fasilitasnya adalah produk yang diberikan hotel kepada konsumen, selain pelayanan yang nyaman dan ramah merupakan citra positif yang harus ditingkatkan karena mempengaruhi keberhasilan usaha hotel di masa yang akan datang (Gusnaedi, 2019). Salah satu berhasilnya hotel dalam memberikan jasa penginapan adalah karyawan dapat memberikan pelayanan yang ramah, sopan dan baik kepada pengunjung, sehingga konsumen akan terus berkunjung ke hotel tersebut (Nur & Fadili, 2021).

Perkembangan pariwisata terus meningkat di Kota Jakarta, sehingga adanya persaingan yang ketat antara perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan, salah satunya Hotel 88 yang ada di Jakarta. Pada tahun 2010, Group Waringin Hospitality mendirikan hotel 88 di Jakarta yaitu Hotel 88 Mangga Besar 120, kemudian menyusul Hotel 88 Mangga Besar VIII dan Hotel 88 Fatmawati. Kemajuan Hotel 88 disebabkan karena manajemen hotel dapat mengelola aktivitas perusahaan dengan baik memberikan produk dan jasa pelayanan yang berkualitas tinggi kepada calon pelanggan atau konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen serta mereka tidak kecewa, sehingga tetap memilih Hotel 88 untuk menginap dalam jangka waktu cepat maupun lama. Hotel 88 menilai kualitas produk dan jasa yang mereka berikan kepada konsumen adalah dengan melihat kebutuhan konsumen, kemudian konsumen setelah selesai membeli produk dan jasa Hotel 88 memberikan pendapatnya, apakah mereka terpenuhi kebutuhannya dan terpuaskan atas produk dan jasa yang telah diberikan Hotel 88. Hotel 88 selalu memprioritaskan bahwa konsumen adalah tamu penting yang harus dipenuhi pelayanan dengan baik, keunggulan

pelayanan jasa tersebut akan berdampak pada minat berkunjung berkali-kali ke Hotel 88 yang ada di Kota Jakarta.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah dengan segala fasilitas yang lengkap dari penyediaan kamar, kebersihan kamar hotel, ruang tunggu yang nyaman, kebersihan kamar mandi, serta fasilitas lainnya dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di Hotel 88 Jakarta; (2) Apakah dengan pihak hotel yang dapat menangani segala keluhan tamu, dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di Hotel 88 Jakarta; (3) Apakah dengan pihak hotel sangat sigap dan cepat menangani keluhan konsumen, dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di Hotel 88 Jakarta; (4) Apakah dengan karyawan hotel yang ramah dan handal dalam menawarkan produk dan jasa, dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di Hotel 88 Jakarta; (5) Apakah dengan mudahnya konsumen berhubungan dengan pihak hotel mendengar apa kebutuhan dan keinginan mereka, dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di Hotel 88 Jakarta.

Bukti fisik, realibilitas, daya tanggap, jaminan dan empati dalam permasalahan di atas merupakan salah satu faktor penting bagi Hotel 88 agar usaha jasa penginapan terus berlanjut dan berlangsung terus di masa depan dalam menghadapi persaingan yang ketat diantara perusahaan perhotelan di Jakarta.

2. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif pendekatan kuantitatif menggunakan metode analisis berganda dengan bantuan Software Smart PLS . Objek dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) Hotel 88 di Jakarta yaitu: (1) Hotel 88 Mangga Besar 120; (2) Hotel 88 Mangga Besar VIII; (3) Hotel 88 Fatmawati. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan *google form* kepada pengunjung tamu Hotel 88. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu pengunjung tamu yang kebetulan langsung bertemu dengan peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke 3 (tiga) Hotel 88 di Jakarta. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang karena menurut Sugiyono (2017), sampel yang layak dalam penelitian berjumlah 30 responden sampai dengan 500 responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Data/Hasil

Tabel 1. Karakteristik Responden

	Frequency	Percent
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	73	73%
Perempuan	27	27%
Usia		
18 - 25 tahun	9	9%
26 - 35 tahun	32	32%
36 - 55 tahun	44	44%

	Frequency	Percent
> 55 years old	15	15%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	3	3%
Pegawai Negeri	37	37%
Pegawai Swasta	42	42%
Wirausaha	18	18%
Pendidikan		
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	39	39%
Perguruan Tinggi	61	61%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas yang paling banyak berkunjung ke Hotel 88 adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 73 orang dengan persentase 73%. Sedangkan berdasarkan usia yang paling banyak berkunjung ke Hotel 88 adalah responden yang berusia 36 tahun sampai dengan 55 tahun sebesar 44 orang dengan persentase 44%. Kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta paling banyak berkunjung ke Hotel 88 sebesar 42 orang dengan persentase 42%. Selanjutnya responden yang memiliki tamatan perguruan tinggi adalah responden yang sering berkunjung ke Hotel 88 sebesar 61 orang sebesar 61%.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Average Variance Extracted
Bukti Fisik	0,715
Reliabilitas	0,722
Daya Tanggap	0,746
Jaminan	0,793
Empati	0,775
Keputusan Berkunjung	0,758

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas dan variabel terikat adalah valid, karena semua variabel mempunyai nilai *average variance extracted* > 0,50.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Bukti Fisik	0,723	0,719
Reliabilitas	0,711	0,737
Daya Tanggap	0,744	0,729
Jaminan	0,706	0,759
Empati	0,781	0,629
Keputusan Berkunjung	0,698	0,707

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas dan variabel terikat adalah reliabel karena nilai *composite reliability* > 0,7 dan *cronbach's alpha* > 0,7.

Tabel 4. R-Square

Variabel	R-Square
Keputusan Berkunjung	0,772

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa 77,2% variabel keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati. Sedangkan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Tabel 5. Direct Effect

Variabel		Original Sample (O)	Standar Deviation (STDEV)	t-Statistic (O/STDEV)	P Values
Bukti Fisik	→ Kepuasan Pengunjung	0,596	0,077	7,739	0,000
Reliabilitas	→ Kepuasan Pengunjung	0,266	0,055	4,836	0,018
Daya Tanggap	→ Kepuasan Pengunjung	0,213	0,046	4,629	0,026
Jaminan	→ Keputusan Berkunjung	0,344	0,099	3,466	0,030
Empati	→ Keputusan Berkunjung	0,288	0,063	4,570	0,023

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, nilai t-hitung semua variabel bebas (bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap variabel terikat (keputusan berkunjung) adalah di atas nilai t-tabel (1.98498), kemudian nilai P-Values semua variabel memiliki nilai signifikan diatas 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan secara parsial bahwa bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

3.2. Pembahasan

Pada penelitian ini variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena pihak Hotel 88 telah memberikan bukti fisik yang baik seperti kebersihan kamar hotel, ruang tunggu yang nyaman, kebersihan kamar mandi, serta fasilitas yang lengkap meliputi ballroom berkapasitas 100 pax sampai 500 pax, meeting room, restoran, menu layanan kamar, laundry, deposit box, hot shower, lift, free wifi, smoking area dan tempat parkir yang luas. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadharma & Nurcahya (2015), Kaengke, et al (2022) dan Wicaksono (2017) sejalan dengan penelitian ini karena menunjukkan

bahwa dengan kelengkapan bukti fisik yang dimiliki perusahaan untuk diberikan perusahaan akan memberikan kepuasan kepada konsumen dan memberikan minat kepada konsumen untuk membeli produk atau jasa perusahaan.

Pada penelitian ini variabel reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena pelayanan yang terbaik telah diberikan oleh Hotel 88 kepada konsumen sesuai dengan peraturan yang ada, tepat waktu dan baik yang mampu menangani keluhan konsumen, kemudian memperbaiki pelayanannya menjadi lebih baik, sehingga konsumen dapat terpenuhi kebutuhan dan keinginannya sesuai apa yang dijanjikan oleh pihak Hotel 88. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadharma & Nurcahya (2015), Kaengke, et al (2022) dan Wicaksono (2017) sejalan dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa pelayanan yang nyata atau reliable yang diberikan perusahaan kepada konsumen memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli produk atau jasa perusahaan kepuasan konsumen, sehingga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen menjadi meningkat.

Pada penelitian ini variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena respon pihak Hotel 88 yang disebabkan oleh keluhan konsumen, telah cepat ditangani dengan kesigapan karyawan langsung memperbaiki pelayanannya yang dikeluhkan konsumen agar konsumen cepat terpenuhi segala kebutuhan dan keinginannya. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadharma & Nurcahya (2015), Kaengke, et al (2022) dan Wicaksono (2017) sejalan dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa komplain konsumen yang diterima perusahaan harus direspon segera dan diperbaiki agar kepuasan konsumen dan minat membeli menjadi meningkat.

Pada penelitian ini variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena pengetahuan pihak Hotel 88 terhadap produk dan jasa sangat tinggi seperti produk dan jasa penginapan yang diberikan konsumen sangat sesuai dengan kebutuhannya, pelayanan dengan kesopansantunan, keahlian menyampaikan informasi, aman dan nyaman menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan konsumen terhadap Hotel 88. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadharma & Nurcahya (2015), Kaengke, et al (2022) dan Wicaksono (2017) sesuai dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa jaminan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen harus disediakan dengan tepat dan baik karena karyawan yang ramah dan handal dalam menawarkan produk dan jasa harus ditingkatkan.

Pada penelitian ini variabel empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena Ketulusan dan perhatian pihak Hotel 88 telah diberikan kepada konsumen seperti mudahnya konsumen berhubungan dengan pihak Hotel 88 karena mampunya karyawan berkomunikasi dengan calon pelanggan, kemudian mendengar apa kebutuhan dan keinginan mereka, kemudian segera melakukan pelayanan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadharma & Nurcahya (2015), Kaengke, et al (2022) dan Wicaksono (2017) sejalan dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa empati memiliki pengaruh yang kuat dengan minat beli, dengan baiknya pendapat calon pelanggan terhadap empati, minat beli akan meningkat.

4. KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan di atas tentang kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke Hotel 88 Jakarta yaitu: (1) Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 77,2% variabel keputusan berujung dipengaruhi oleh variabel fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati; (2) Hasil uji hipotesis secara parsial secara parsial bahwa bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Saran dari penelitian ini, Hotel 88 diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan dan kekurangan pelayanan dapat dievaluasi oleh pihak Hotel 88 agar dapat diperbaiki agar kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi seperti kemudahan pemesanan kamar, ketanggapan karyawan terhadap masalah yang dihadapi tamu, serta penampilan dan kerapian karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gusnaedi, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Menginap Pada Hotel Bumi Senyur Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 7(4): 488-501. DOI: <http://dx.doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2749>
- Marie, A. L., Sulisty, T. D., Ratnaningtyas, H., & Monita, M. (2021). Pengaruh Peran Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Praja, Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 6(2): 13-17. DOI: <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.230>
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1): 38-50. DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10151>
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniaty, F., & Amrullah. (2022). The Effect of 4P on The Decision to Visit Ampera 2 Tak Veteran's Restaurant Bintaro, Jakarta Selatan. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1): 149-159. DOI: 10.30736/jpim.v7i1.952
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniaty, F., & Amrullah. (2022). Pengaruh People, Physical Evidence dan Process Terhadap Kunjungan. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 17(2): 75-87. DOI: <https://doi.org/10.32534/jv.v17i2.2878>
- Ratnaningtyas, H., Ingkadijaya, R., & Desafitri, L. (2022). The Effect of E-WOM and Tourism Product Attributes on Visiting Decisions in Lake Cipondoh Tourist Destination, Tangerang City, Banten Province. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2): 232-239. DOI: 10.30736/jpim.v7i2.1093
- Suryadharma, I. W. W., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen*, 4(4): 930-942. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/11433>
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(5): 27-36.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2052>

Tahalele, M. C. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Hotel Terhadap Kepuasan Yang Berdampak Pada Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Amboina di Kota Ambon. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan Penataran*, 2(2): 127-142.

<https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/326>

Wicaksono, T. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UPI Futsal Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2): 40-55. DOI: <http://dx.doi.org/10.31602/atd.v1i2.913>

Kaengke, B. L., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. *Productivity*, 3(2): 271-278.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/40741>