

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN HOTEL
DI SURAKARTA

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai
Derajat S-2 Gelar Magister Manajemen**



RETNO DWI HASTUTI
P. 100040013

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2006

NOTA PEMBIMBING

Dr. H.M. WAHYUDDIN, MS

Drs. SYAMSUDIN, MM

Dosen Program Magister Manajemen

Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudari Retno Dwi Hastuti

Kepada

Yth. Direktur Program Pasca Sarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara:

Nama : Retno Dwi Hastuti

NIM : P.1000 40013

Program Studi : MM

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan terhadap
Tingkat kepuasan Pelanggan Hotel di Surakarta

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, Juni 2006

Pembimbing II

Pembimbing I

Drs. Syamsudin, MM

Dr. H.M. Wahyuddin, MS

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Dwi Hastuti

NIM : P.1000 40013

Program Studi : MM

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan terhadap
Tingkat kepuasan Pelanggan Hotel di Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil kerja saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Surakarta, 18 Juni 2006

Yang membuat pernyataan

Retno Dwi Hastuti

INTISARI

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Surakarta, dan dari kelima dimensi *service quality* tersebut, dimensi manakah yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penginapan hotel di Surakarta”. Sehingga dapat disusun hipotesa: “Diduga bahwa lima dimensi kualitas jasa pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel-hotel di Surakarta, dan diduga bahwa dimensi *reliability* dan *tangibles* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel-hotel di Surakarta”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 125 pelanggan yang menginap di Hotel-hotel di wilayah Surakarta, penentuan sampel sebesar 125 pelanggan sudah sangat mencukupi dari ketentuan-ketentuan di atas.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Angka koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,754 hal ini menunjukkan bahwa 75,4 % variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel dari dimensi *service quality*, sedangkan 24,6% lainnya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam model. Hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} (64,351) lebih besar dari F_{tabel} (2,29). Dengan demikian hipotesis terbukti bahwa lima dimensi *service quality* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Surakarta. Nilai t_{hitung} untuk *reliability* (X_1) sebesar (3,582), *responsiveness* (X_2) sebesar (2,451) dan *tangibles* (X_5) sebesar (6,139) berarti lebih besar dari t_{tabel} (1,984) maka H_0 ditolak sehingga *reliability*, *responsiveness* dan *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan t_{hitung} untuk *assurance* (X_3) sebesar (1,739) dan *emphaty* (X_4) sebesar (-0,769) berarti lebih kecil dari t_{tabel} (1,984) maka H_0 diterima sehingga *assurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun untuk variabel *assurance* (X_3) dapat diturunkan tingkat signifikansinya menjadi 10% sehingga variabel *assurance* (X_3) dapat dianggap signifikan karena sudah mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai Beta dari kelima dimensi *service quality* yaitu *tangibles* sebesar (0,405), *reliability* sebesar (0,288), *responsiveness* sebesar (0,290). Hal ini dapat dilihat bahwa *tangibles* mempunyai nilai Beta paling tinggi, dengan demikian bahwa dimensi *tangibles* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian yang kedua adalah variabel *reliability*, ketiga adalah variabel *responsiveness*.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Dimensi Kualitas, *Servqual*.

ABSTRACT

In the world of business, specially which is active in service, satisfaction of customer represent very important element and also determine in maintaining and also growing to develop company. So that problem of service quality becoming important factor in determining efficacy of a business. Formulation internal issue of this research is "What dimension of service quality that is reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles have influence which significant to satisfaction of customer of hotel in Surakarta, and fifth of dimension of the service quality, dimension of most significant have an effect on to satisfaction of customer of service user of lodging of hotel in Surakarta. So that can be compiled by hypothesizing: "Anticipated by that five dimension of quality of service have influence which significant to satisfaction of customer of hotel in Surakarta, and anticipated by that dimension of reliability and tangibles have dominant influence to satisfaction of customer at hotel in Surakarta. Sampel taken in this research is as much 125 customer lodging in Hotel in region Surakarta, determination of sampel of equal to 125 customer have very answer the demand from above rule.

Analyse data used in this research is analysis of multiple linear regression. Number of Coefficient of determination obtained equal to 0,754 of this matter indicate that 75,4 % variation of of variable satisfaction of explainable customer by variable from dimension of service quality, while 24,6% explained by other; dissimilar variable is which do not enter in model. Result of test of F obtained by value F_{value} (64,351) bigger than F_{tabel} (2,29). Thereby the hypothesis proven by that five dimension of service quality together have influence which significant to satisfaction of customer of hotel in Surakarta. Assess t_{value} for reliability (X_1) of equal to (3,582), responsiveness (X_2) of equal to (2,451) and tangibles (X_5) of equal to (6,139) meaning bigger than t_{tabel} (1,984) hence H_0 refused so that reliability, responsiveness and tangibles have an effect on by significant to customer satisfaction. While t_{value} for assurance (X_3) of equal to (1,739) and empathy (X_4) of equal to (-0,769) meaning smaller than t_{tabel} (1,984) hence H_0 accepted so that assurance and empathy do not have an effect on by significant to customer satisfaction. Assess Beta from fifth of dimension of service quality that is tangibles of equal to (0,405), reliability of equal to (0,288), responsiveness of equal to (0,290). This matter is visible that tangibles have value of highest Beta, thereby that dimension of tangibles have dominant influence to customer satisfaction.

Keyword : Customer Satisfaction, Quality Dimension, Servqual.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allaah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan tesis yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel di Surakarta.

Sejak persiapan, perencanaan, pelaksanaan dan akhir penulisan tesis ini penulis telah banyak mendapat bantuan, bimbingan, dukungan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H.M. Wahyuddin, MS, selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk-petunjuk dalam penulisan tesis ini.
2. Drs. Syamsudin,MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk-petunjuk dalam penyusunan Tesis ini.
3. Drs. H. Soebandono Ketua BPC PHRI Surakarta yang telah memberikan fasilitas dan data-data yang penulis perlukan.
4. Para pengelola dan segenap dosen serta staf akademik pada Program Pasca Sarjana MM UMS yang telah banyak memberikan berbagai ilmu pengetahuan administrasi demi suksesnya penyelesaian studi.
5. Segenap pimpinan dan pengelola Perhotelan di Surakarta yang telah banyak memberikan fasilitas dan pengumpulan data kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Semua sahabat dan teman-teman yang turut memberikan saran, motivasi, dan do'a kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.

7. Keluarga, suami dan anak-anakku tercinta yang senantiasa memberikan dorongan, doa dan semangat dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran akan diterima dengan senang hati demi kesempurnaan penulisan tesis ini.

Akhirnya, semoga tesis ini ada manfaatnya baik pada diri sendiri maupun pihak lain yang berkepentingan.

Surakarta, Juni 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Pemahaman Konsep Jasa	8
1. Definisi Jasa	8
2. Karakteristik Jasa	10
3. Proses Jasa.....	11
B. Pemahaman Konsep Kualitas.....	12
1. Definisi Kualitas.....	12
2. Strategi Dasar Kualitas.....	13
C. Konsep Kualitas Jasa.....	14
1. Definisi Kualitas Jasa.....	14
2. Persepsi Terhadap Kualitas Jasa	16
3. Harapan Pelanggan.....	16
4. Prinsip-prinsip Kualitas Jasa	18

5.	Dimensi Kualitas Jasa (<i>Servqual</i>)	19
6.	Manfaat Kualitas Jasa	20
7.	Model Kualitas Jasa	21
D.	Konsep Kepuasan Pelanggan	22
1.	Definisi Kepuasan Pelanggan	22
2.	Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	24
E.	Hipotesis.....	25
BAB	III METODOLOGI PENELITIAN	27
A.	Populasi, Sampel dan Sampling.....	27
B.	Kerangka Pemikiran.....	28
C.	Data dan Sumber Data	30
D.	Metode Pengumpulan Data	30
E.	Definisi Variabel	31
F.	Alat Analisis Data	33
BAB	IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	40
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
B.	Hasil Analisis dan Pembahasan	44
1.	Karakteristik Responden	44
C.	Hasil Analisis Data.....	48
1.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	48
2.	Analisis <i>Multiple Regression</i>	51
3.	Uji Asumsi Klasik.....	54
D.	Pembahasan.....	56
BAB	V PENUTUP	58
A.	Kesimpulan	58
B.	Saran-saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel 4.1 Perkembangan Hotel Bintang dan Melati	42
2. Tabel 4.2 Perkembangan Jumlah Penginap.....	43
3. Tabel 4.3 Perkembangan Jumlah Wisatawan.....	44
4. Tabel 4.4 Karakteristik Responden – Jenis Kelamin	45
5. Tabel 4.5 Karakteristik Responden - Usia.....	45
6. Tabel 4.6 Karakteristik Responden – Pekerjaan	46
7. Tabel 4.7 Karakteristik Responden – Tingkat Pendapatan	47
8. Tabel 4.8 Karakteristik Responden – Alamat Rumah.....	48
9. Tabel 4.9 Uji Validitas	49
10. Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kita hidup dalam era globalisasi, yang mana era tersebut ditandai oleh adanya revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi (*Information and Communication Technology*). Dengan perkembangan ICT tersebut maka mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan dalam bidang apapun terutamanya dalam bidang bisnis yang luar biasa. Perubahan-perubahan tersebut mengakibatkan terjadinya pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi merealisasikan harapan atau untuk memenuhi harapan konsumen atau pelanggan. Kebutuhan konsumen atau pelanggan menjadi suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan dipuaskan oleh produsen atau penyedia jasa. Para penyedia produk ataupun jasa harus memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan atau pelebaran kebutuhan pelanggan. Para penyedia produk agar memenangkan persaingan dari para kompetitor-kompetitornya juga diperlukan suatu strategi-strategi bisnis yang tepat. Tujuannya adalah untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi produk dan jasa pelayanan yang ditawarkan produsen. Kepuasan pelanggan menjadi suatu sasaran strategis agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang serta tetap eksis dalam menghadapi perubahan persaingan yang ketat ini.

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*services*), kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Dengan

demikian masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis saat ini.

Kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk bagi pelanggan. Tujuan dari organisasi bisnis adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Pada dekade terakhir ini, kualitas jasa semakin mendapat banyak perhatian bagi perusahaan. Persoalan kualitas kini tidak saja menjadi satu-satunya senjata persaingan tetapi sudah menjadi “tiket yang harus dibayar” untuk masuk ke dunia bisnis. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, (Foster, 2004: 1). Kualitas jasa yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen, dan menarik konsumen baru, karena dengan demikian akan terpuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Pada akhirnya, melalui kepuasan konsumenlah perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang atau stabilitas keberlangsungan hidup perusahaan.

Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Kualitas yang diserahkan oleh manajemen akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya atau kinerja jasa. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah manajemen telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi yang melibatkan pelanggannya.

Perhotelan sebagai salah satu organisasi jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, perlu juga melakukan evaluasi atas kualitas jasa yang diterima oleh para pelanggannya. Perhotelan adalah suatu usaha untuk melayani konsumen yang dituntut harus mampu menyediakan produk yang dapat dirasakan langsung manfaatnya seperti kamar dengan segala perlengkapannya, serta produk-produk yang tidak nampak seperti keramahan, kenyamanan, keamanan, dan keberhasilan manajemen hotel yang dapat mempengaruhi citra nama hotel di mata konsumennya. Keberhasilan perusahaan-perusahaan dalam bisnis atau jasa (*service*) seperti hotel terfokus pada dua hal, yaitu karyawan hotel (*employees*) yang memberi pelayanan, dan tamu hotel (*customers*), mereka yang harus dilayani. Profit yang besar akan dicapai oleh hotel sangat tergantung dari dua hal ini bila tidak pasti akan terjadi masalah pada hotel yang dikelola ini, (Yoeti, 2003: 48).

Sesuai dengan SK Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT. 86 yang memuat tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel, Bab I, Pasal I, Ayat (6) dalam SK (Surat Keputusan) tersebut menyatakan bahwa: “Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk dipergunakan sebagai jasa penginapan, makan, minum, serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil”.

Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus, (Walikota Surakarta, 2005: 10). Dalam

peraturan perusahaan hotel di Indonesia, Surat Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. SK 24/H/70 tahun 1970 tentang hotel tercantum batasan hotel adalah perusahaan akomodasi dan menyajikan hidangan serta fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum dan akomodasi, sanitasi, estetika, keamanan dan ketentraman secara umum dapat menjamin adanya ketenangan pribadi untuk para tamu hotel.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, (1985: 44), evaluasi kualitas jasa pada perhotelan dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas jasa, terdiri dari *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangibles* (fasilitas atau bukti fisik). Untuk mengevaluasi kualitas jasa, perhotelan perlu memperoleh informasi tentang jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan melalui pelanggan itu sendiri. Dalam hal ini pelanggan yang menggunakan jasa penginapan hotel tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis kualitas pelayanan jasa hotel-hotel di Surakarta untuk mengetahui apa yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggan dan apa yang selama ini dipersepsikan oleh pelanggan atas kualitas jasa yang diterimanya. Inilah dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk, (1985: 41). Baik buruknya kualitas jasa perhotelan akan tergantung pada kemampuan pihak perhotelan itu sendiri untuk memenuhi harapan pelanggan.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Surakarta?
2. Dari kelima dimensi *service quality* tersebut, dimensi manakah yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penginapan hotel di Surakarta?

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk menyederhanakan permasalahan yang kompleks, maka dengan latar belakang masalah di atas, penelitian ini membatasi masalah pada:

1. Kualitas jasa, yaitu meliputi dimensi *service quality*nya:
 - a. *Reliability*;
 - b. *Responsiveness*;
 - c. *Assurance*;
 - d. *Emphaty*;
 - e. *Tangibles*.
2. Kepuasan Pelanggan pengguna jasa penginapan Hotel di Surakarta.
3. Obyek Penelitian, yaitu pelanggan yang menginap di hotel-hotel di Surakarta.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penginapan hotel di Surakarta;
2. Untuk menganalisis dimensi kualitas layanan (*service quality*) yang paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa penginapan hotel di Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

- a. Memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu ekonomi khususnya teori tentang pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan;
- b. Memberikan kasanah baru di bidang perhotelan mengenai pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan hotel di Surakarta;
- c. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pengelola jasa perhotelan dalam upaya meningkatkan kualitas hotel di Surakarta;
- d. Memberi masukan pada pihak hotel untuk memperhatikan dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* dalam memenuhi harapan para pelanggan jasa hotel di Surakarta;

- e. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan penilaian sebagai masukan untuk melakukan pengembangan produk dan jasa pada hotel-hotel di wilayah Surakarta.