

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN TAMU DI VILLA CAMP DAVID WONOLOPO SEMARANG

Fanny Magdalena Sinaga

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
(STIEPARI) Semarang

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan tamu pada Villa Camp David Wonolopo Semarang. Populasi adalah tamu yang menginap di Villa Camp David Wonolopo Semarang dengan rata-rata 80 orang/bulan, dengan jumlah sampel sebesar 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sensus, yaitu 100% dari jumlah populasi tamu yang menginap di Villa Camp David Wonolopo Semarang dalam satu bulan. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan analisis koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu, fasilitas (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu, lokasi (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan Uji Regresi Berganda, dari ketiga nilai koefisien regresi variabel independen (kualitas pelayanan, fasilitas , dan lokasi) yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan tamu) adalah variabel lokasi yaitu sebesar 0,476.

Kata kunci : Kepuasan Tamu, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi

***Abstract.** This research aims to determine and analyze the effect of service quality, facilities, and location on guest satisfaction in Villa Camp David Wonolopo Semarang. The population is guests who stay at Villa Camp David Wonolopo Semarang with an average of 80 guests/month with a total sample of 80 respondents. The sampling technique in this study uses census technique, which is 100 percent of the total population of guests in Villa Camp David Wonolopo Semarang. Analysis of this research obtained by validity and reliability test, multiple regression analysis, hypothesis testing via t test and F test, and analysis of the coefficient of determination (R²). Results of this study was the quality of service (X1) has a positive effect on customer satisfaction, facilities (X2) has a positive effect on customer satisfaction, Location (X3) has a positive effect on customer satisfaction. Based on Test Multiple Regression, the three regression coefficient independent variable (quality of services, facilities, and location), the most influential on the dependent variable (customer satisfaction) is the variable location is equal to 0,476.*

Keywords: Guest Satisfaction, Service Quality, Facilities, Location.

Received Maret 30, 2020; Revised April 2, 2020; Mei 22, 2020

*Corresponding author, e-mail address

PENDAHULUAN

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Sulit bagi perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih mudah dibandingkan merebut pelanggan baru. Hal ini mendorong semakin banyaknya pemasar yang berusaha meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumennya dalam rangka memuaskan mereka.

Banyak perusahaan menggunakan berbagai strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek, salah satunya melalui strategi kualitas. Perusahaan saling berkompetisi meningkatkan kualitas produk/jasanya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan sasaran sesuai dengan tujuan pemasaran yaitu memenuhi kebutuhan dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (Kotler, 2012).

Dalam strategi pemasaran, mengelola kepuasan dan loyalitas konsumen merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Pelanggan merupakan aktor utama dalam bisnis sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan merupakan tantangan perusahaan. Kualitas juga menjadi bagian perusahaan untuk tetap bertahan (survive) dalam persaingan. Oleh karena itu pebisnis semakin dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler (2000) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk/jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera pelanggan yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Motivasi pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual.

Setiap individu memiliki tingkat yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan dan sistem nilai yang dianutnya. Semakin banyak aspek dalam pekerjaannya sesuai, semakin tinggi kepuasan yang didapat. Demikian pula sebaliknya, semakin banyak aspek dalam pekerjaannya yang tidak sesuai, semakin rendah tingkat kepuasan yang didapat. Faktor lain yang dapat menunjang kinerja karyawan adalah lingkungan kerja. Lingkungan kerja dapat berupa penerangan atau cahaya, tata warna, ventilasi atau pengaruh udara, dekorasi, suara, musik, dan keamanan. Memberikan tempat kerja yang nyaman berarti

pula menimbulkan perasaan yang menyenangkan pada karyawan dalam bekerja, sehingga dapat mengurangi dan menghindari kejenuhan kerja, pemborosan waktu dan biaya, merosotnya kesehatan dan banyaknya kecelakaan kerja. Disamping kualitas layanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Menurut Tjiptono (2001).

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas juga merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan karena memudahkan pelanggan dalam beraktifitas. Oleh karena itu lokasi yang strategis lebih mempermudah konsumen untuk mendapatkan akses. Kedekatan dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih. Memberikan kepuasan pada pelanggan serta menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas merupakan tantangan bisnis. Namun apabila perusahaan memiliki keunggulan di bidang ini maka akan sulit ditiru oleh pesaing. Sesuai konsep internal marketing, seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan diarahkan untuk berfokus pada para pelanggan (*customer is the real boss*). Setiap perusahaan harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk mempertahankan pelanggan suatu perusahaan, terkhusus pada industri perhotelan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Tamu

Kata kepuasan atau *satisfaction*. berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai „upaya pemenuhan sesuatu. atau „membuat sesuatu memadai.. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum divapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan konsumen: „apakah kepuasan merupakan respon emosional atukah evaluasi kognitif. (Edwardson, 1998; Giese & Cote, 2000; Peterson & Wilson, 1992; Yi, 1990). Ini bisa dilihat dari beragam definisi yang dikemukakan banyak pakar.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, yaitu perusahaan akan tetapi sudut pandang penilaian persepsi pelanggan. Dalam hal ini, konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Dalam model SERVQUAL, kualitas layanan didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa” (Parasuraman, et al., 1985:16).

Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 1997), Sedangkan menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel.

Pengertian Lokasi

Lokasi menurut Lupiyoadi (2009:42) merupakan di mana perusahaan harus bemarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi.

METODE PENELITIAN

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, dimana penyajiannya dalam bentuk angka yang secara sepiantas lebih mudah diketahui satu maupun dengan yang lainnya. Data diperoleh berdasarkan angket yang dibagikan kepada wisatawan sebagai responden untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada yaitu tamu-tamu yang pernah menginap di Villa Camp David Wonolopo Semarang dalam sebulan sebanyak 80 responden yaitu dengan teknik sensus.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : a. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang, sehingga hipotesis yang pertama diterima. b. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang, sehingga hipotesis yang kedua diterima. c. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang, sehingga hipotesis yang ketiga diterima. d. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang, sehingga hipotesis yang keempat diterima. e. Variabel lokasi paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan tamu dibandingkan variabel kualitas pelayanan, dan fasilitas di Villa Camp David Wonolopo Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian ini untuk meningkatkan kepuasan tamu di Villa Camp David Wonolopo Semarang, maka terdapat beberapa hal yang hendaknya mendapat perhatian antara lain :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan Bagi pihak manajemen memberikan pelatihan dan motivasi kepada karyawan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh tamu. Dikarenakan dari hasil penelitian didapat 3,44 pada variabel kualitas pelayanan yang memiliki skor paling rendah. Dengan pernyataan “Tenaga kerja memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh tamu”.
- b. Variabel Fasilitas Bagi pihak manajemen memberikan pelatihan dan motivasi kepada karyawan agar berpengalaman dibidangnya. Dikarenakan dari hasil penelitian didapat 3,45 pada variabel fasilitas yang memiliki skor paling rendah. Dengan pernyataan “Tenaga kerja yang digunakan berpengalaman dibidangnya”.
- c. Variabel Lokasi Memberikan pertimbangan bagi pihak Villa agar memperhatikan adanya jenis penginapan/villa pesaing apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan villa baru. Dikarenakan dari hasil penelitian didapat 3,32 pada variabel lokasi yang memiliki skor paling rendah. Dengan pernyataan “Terdapat jenis penginapan/villa pesaing”.
- d. Variabel Kepuasan Tamu Bagi pihak manajemen diharapkan lebih memperhatikan kepuasan tamu agar tamu juga bersedia mengajak orang lain untuk menginap. Dikarenakan dari hasil penelitian didapat 3,30 pada variabel kualitas pelayanan yang memiliki skor paling rendah. Dengan pernyataan “Mengajak orang lain untuk menginap di Villa Camp David Wonolopo Semarang”

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2002. Metode Research: Penelitian Ilmiah. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, Etta Mamang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan, dan Implikasi Manajerial. Yogyakarta: Andi.
- _____ 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.
- _____ 2014. Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- _____ 2015. Pelanggan Puas? Tak Cukup!. Yogyakarta: Andi.
- _____ 2000. Prinsip dan Dinamika Pemasaran. Yogyakarta: J&J learning.
- _____ 2004. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi. Wijaya, Tony. 2018. Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta: Indeks.
- Yoeti, Oka. 2001. Strategi Pemasaran Hotel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.