



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin

Iyut Fairuz^{1*}

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Cahaya Bangsa, Banjarmasin, Indonesia

*Corresponding author email: iyutfairuz@youbc.ac.id

Article Info

Article history:

Received March 01, 2024

Approved May 07, 2024

Keywords:

Customer Satisfaction, Pyramid Suites Hotel Banjarmasin, Service Quality

ABSTRACT

Banjarmasin is a unique city nicknamed the City of a Thousand Rivers. This uniqueness is what causes many entrepreneurs to come to open businesses, one of which is a hotel business. The recommended hotel in Banjarmasin is the Pyramid Suites Hotel. Because apart from having good quality products and services, this hotel has also received many awards from various online hotel booking applications. Therefore, researchers are interested in further researching the Pyramid Suites hotel in Banjarmasin with the aim of analysing the influence of service quality on guest customer satisfaction at the Pyramid Suites Banjarmasin hotel. This study aims to analyse and describe how much influence service quality has on customer satisfaction. This type of research is quantitative, with a conclusive causal approach, namely research that aims to obtain a conclusion from the data that has been obtained and processed which explains the causal relationship between the variables. The population in this study are members of Hotel Pyramid Suites, namely guests who stay more than three times. research sample as many as 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire which was then used as a score tabulation for each variable studied. The data analysis method used in this study is Smart PLS 3. The results showed that the quality of service which consists of variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy affect customer satisfaction.

ABSTRAK

Banjarmasin merupakan kota unik yang dijuluki Kota Seribu Sungai. Keunikan inilah yang menyebabkan banyak usahawan datang untuk membuka usaha, salah satunya adalah usaha perhotelan. Hotel yang menjadi rekomendasi di Banjarmasin adalah Hotel Pyramid Suites. Karena selain memiliki kualitas produk dan layanan yang baik, hotel ini juga memperoleh banyak penghargaan dari berbagai aplikasi booking hotel online. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut hotel Pyramid Suites di Banjarmasin dengan tujuan menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan tamu di hotel Pyramid Suites Banjarmasin. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pendekatan kausal konklusif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh suatu kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh dan

diolah yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah member Hotel Pyramid Suites, yaitu pengunjung tamu yang yang menginap lebih dari tiga kali. sample penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dijadikan tabulasi skor setiap variabel yang diteliti. Metode analisis data yang digunakan di penelitian ini adalah SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Fairuz, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 897–909. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2602>

PENDAHULUAN

Di Era Globalisasi sekarang ini terdapat banyak sekali jenis-jenis usaha salah satunya usaha di industri perhotelan. Industri perhotelan terdiri dari layanan pelanggan yang berfokus pada aspek keramahan, efisiensi dan layanan pelanggan sebagai pondasinya. Hotel merupakan wadah yang menyediakan sarana tempat tinggal sementara (akomodasi), tempat pertemuan, seminar dan pesta bagi umum, yaitu; orang-orang yang datang dengan berbagai ragam tujuan, maksud serta keperluan ke daerah di hotel berdomisili.

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota di Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin yang dijuluki Kota Seribu Sungai ini memiliki wilayah seluas 98,46 m² yang wilayahnya merupakan delta kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil (delta) yang dipisahkan oleh sungai-sungai diantaranya Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantau Keliling, Pulau Insan dan lain-lain. Oleh sebab itu seiring perkembangan jaman yang pesat banyak usahawan yang memanfaatkan situasi ini sebagai peluang usaha di industri perhotelan. Terdapat banyak sekali hotel di Banjarmasin dan saling bersaing dalam memberikan harga dan pelayanan kepada pelanggan yang datang ke hotel mereka, pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga dan banyak menuntut akan lebih teliti dalam membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan, ditambah dengan kemajuan teknologi komunikasi yang membuat pelanggan lebih mudah untuk mengakses informasi yang ditawarkan.

Fasilitas yang mendukung dan *hospitality service* kepada pelanggan yang sangat penting karena berhubungan langsung kepada penilaian pelanggan terhadap hotel tersebut. Pelayanan hotel yang baik kepada pelanggan menjadi nilai utama untuk memberi kesan nyaman dan menyenangkan kepada pelanggan. Pelanggan yang merasa nyaman pasti akan datang lagi untuk menginap dan akan merekomendasikan kepada kerabat atau saudara mereka. Perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang utama yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan, untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan tentu tidaklah mudah karena pelanggan memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda-beda (Abdul Basit, 2018).

Salah satu hotel yang ada di Banjarmasin adalah Pyramid Suites Hotel, yang baru mulai beroperasi pada tahun 2017, berlokasi di jalan Skip Lama Banjarmasin Tengah. Pyramid Suites merupakan hotel lokal baru di Banjarmasin. Sesuai dengan namanya, Pyramid Suites menawarkan konsep yang berbeda. Bangunan dan desain mewah ditawarkan dengan didominasi warna emas padang pasir. Pyramid Suites memiliki 115 kamar yang terbagi dalam 7

tipe. 75 kamar tipe deluxe, 18 kamar tipe grand deluxe, 6 kamar tipe family room, 4 kamar tipe junior suites, 4 kamar tipe executive suites dan 1 kamar tipe president suites. Fasilitas lengkap ditawarkan. 5 meeting room, 1 kolam renang, spa and fitness center yang bernama Platinum Health and Club, Scarlett Restaurant yang beroperasi selama 24 jam penuh, C' est La Vie Lounge, Business Center, The Carat Diamond Shop and Armani Executive Club and Karaoke. Untuk spa and fitness didalamnya terdapat seperti sauna whirlpool atau kolam air panas, jacuzzi dan kolam renang.

Dikutip dari agoda.com. Hotel Pyramid Suites Banjarmasin menjadi salah satu hotel rekomendasi terbaik di Banjarmasin, dengan berbagai promo yang di tawarkan kualitas harga, produk dan pelayanan yang baik tentu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, ditambah dengan hasil penilaian positif dari semua pelanggan atas akomodasi dan pelayanan yang diberikan, Hotel Pyramid Suites mendapatkan penghargaan dari booking.com pada tahun 2018 dengan 9.2 point, pada tahun 2020 dari agoda Customer Review Awards dengan 8.5 point dan pada tahun 2020 Tripadvisor Travellers Choice dengan nilai yang sempurna.

Hotel Pyramid Suites mengalami penurunan dan peningkatan di tiap tahun, untuk yang penurunan itu terjadi dikarenakan adanya wabah covid 19, dan kembali mengalami peningkatan ketika sudah pulih kembali disaat era new Normal dengan peraturan kesehatan sesuai anjuran pemerintah.

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut hotel Pyramid Suites di Banjarmasin dengan tujuan menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan tamu di hotel Pyramid Suites Banjarmasin.

Menurut Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam (Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia, 2020), mengemukakan lima determinan kualitas jasa yaitu: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Sedangkan kepuasan Menurut (Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, 2016) kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai dan "facio" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu "atau "membuat sesuatu memadai".

Menurut (Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2014), menyatakan *the process by which companies create value for customers in return*. Definisi tersebut mengartikan bahwa, Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

(Tjiptono, Fandy, 2011) menyatakan bahwa: kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal konklusif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh suatu kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh dan diolah yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang dibahas dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini populasinya adalah member Hotel Pyramid Suites, yaitu pengunjung tamu yang menginap lebih dari tiga kali di hotel Pyramid Suites Banjarmasin yang berjumlah 133 orang. Data tersebut diperoleh dari data internal perusahaan yang didapat sejak tahun 2017 s/d 2020.

Sampel menurut (Sugiyono, 2018), mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan hasil perhitungan tersebut, maka sampel sebanyak 99,8 yang dibulatkan menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari minimal sampel yang ditentukan.

Metode analisis data yang akan digunakan di penelitian ini adalah dengan menggunakan model persamaan struktural *Structural Equation Modeling (SEM)*. *Structural Equation Modeling (SEM)* menawarkan kemampuan untuk analisis jalur (*Path Analytic*) (Ghozali, 2015). Analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*, menggunakan software *Smart PLS 3*.

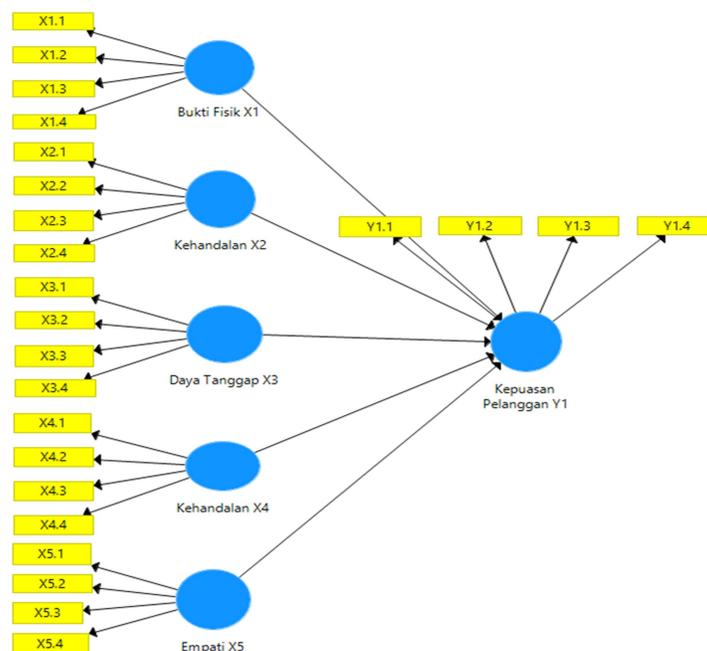
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Distribusi Frekuensi

Dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata setiap variabel dari yang paling tinggi yaitu; variabel kepuasan pelanggan dengan total mean 4.32, yang kedua variabel loyalitas pelanggan dengan total mean 4.31, yang ketiga variabel empati dengan total mean 4.24, keempat variabel daya tanggap dengan total mean 4.22, kelima variabel kehandalan dengan total mean 4.21, keenam jaminan dengan total mean 4.21 dan yang paling rendah adalah variabel bukti fisik dengan total mean 4.08.

Analisis Partial Least Square (PLS)



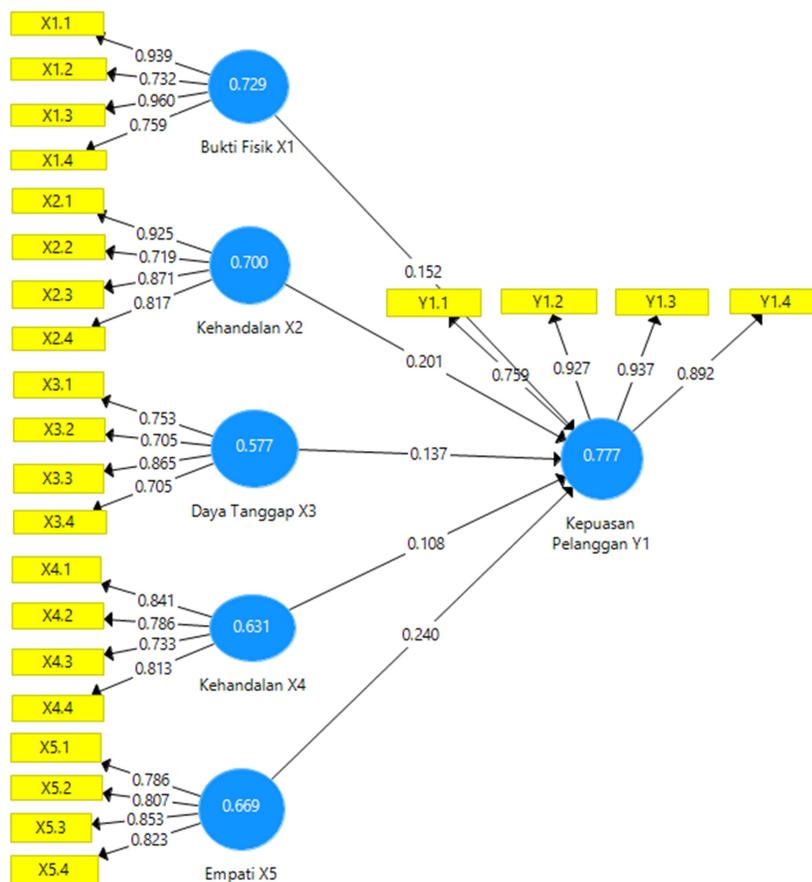
Gambar 1. Perancangan Model Penelitian

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS. 3, 2021

Uji Validitas Konvergen

Evaluasi Outer Model

Uji Validitas Konvergen Validitas Konvergen dari model pengukuran dengan menggunakan indikator reflektif berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur construct tersebut. Rule of thumb yang biasanya digunakan untuk menilai validitas konvergen yaitu nilai *loading factor* harus > 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai *loading factor* lebih besar 0.6 atau 0.7 untuk yang bersifat *exploratory* masih dapat diterima serta nilai AVE (*Average Variance Extracted*) harus lebih > 0.5 . Berikut adalah hasil nilai *outer loading*.



Gambar 2. Hasil Algorithm Outer Model & AVE.

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS. 3, 2021

Berdasarkan gambar 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji menunjukkan nilai *loading faktor* > 0.7 , sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 1. Outer Model

	Bukti Fisik (X ₁)	Kehandalan (X ₂)	Daya Tanggap (X ₃)	Jaminan (X ₄)	Empati (X ₅)	Kepuasan Pelanggan (Y ₁)
X _{1.1}	0.939					
X _{1.2}	0.732					
X _{1.3}	0.960					
X _{1.4}	0.759					
X _{2.1}		0.925				
X _{2.2}		0.719				
X _{2.3}		0.871				
X _{2.4}		0.817				
X _{3.1}			0.753			
X _{3.2}			0.705			
X _{3.3}			0.865			
X _{3.4}			0.705			
X _{4.1}				0.841		
X _{4.2}				0.786		
X _{4.3}				0.733		
X _{4.4}				0.813		
X _{5.1}					0.786	
X _{5.2}					0.807	
X _{5.3}					0.853	
X _{5.4}					0.823	
Y _{1.1}						0.759
Y _{1.2}						0.927
Y _{1.3}						0.937
Y _{1.4}						0.892

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.3,2021

Dalam penelitian ini terdapat 7 variabel dengan indikator berjumlah 28 yang terdiri dari 4 indikator Bukti Fisik (X₁), 4 indikator kehandalan (X₂), 4 indikator Daya Tanggap (X₃), 4 indikator Jaminan (X₄), 4 indikator Empati (X₅), 4 indikator Kepuasan Pelanggan (Y₁) berdasarkan pada tabel 5.5 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Construct atau variabel Bukti Fisik (X₁) diukur dengan indikator X_{1.1}-X_{1.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
2. Construct atau variabel Kehandalan (X₂) diukur dengan indikator X_{2.1}-X_{2.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
3. Construct atau variabel Daya Tanggap (X₃) diukur dengan indikator X_{3.1}-X_{3.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
4. Construct atau variabel Jaminan (X₄) diukur dengan indikator X_{4.1}-X_{4.3}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
5. Construct atau variabel Empati (X₅) diukur dengan indikator X_{5.1}-X_{5.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.

6. Construct atau variabel Kepuasan Pelanggan (Y1) diukur dengan indikator Y1.1-Y1.4. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai loading faktor setiap indikator memiliki nilai masing-masing > 0.7, yang berarti validitas konvergen secara keseluruhan terpenuhi.

Tabel 2. Average Variance Extracted (AVE)

Construct	Average Variance Extracted (AVE)
Bukti Fisik X ₁	0.729
Kehandalan X ₂	0.700
Daya Tanggap X ₃	0.577
Jaminan X ₄	0.631
Empati X ₅	0.669
Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.777

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.3, 2021

Berdasarkan tabel 5.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai AVE (Average Variance Extracted) memiliki masing-masing nilai > 0.5 yang berarti validitas konvergen secara keseluruhan terpenuhi.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 3. Uji Validitas

	Bukti Fisik (X ₁)	Kehandalan (X ₂)	Daya Tanggap (X ₃)	Jaminan (X ₄)	Empati (X ₅)	Kepuasan Pelanggan (Y ₁)
X _{1.1}	0.939	0.885	0.476	0.376	0.438	0.431
X _{1.2}	0.732	0.561	0.350	0.283	0.247	0.261
X _{1.3}	0.960	0.887	0.449	0.318	0.397	0.417
X _{1.4}	0.759	0.644	0.257	0.175	0.298	0.296
X _{2.1}	0.954	0.925	0.478	0.353	0.448	0.478
X _{2.2}	0.406	0.719	0.638	0.457	0.516	0.712
X _{2.3}	0.894	0.871	0.445	0.320	0.370	0.410
X _{2.4}	0.863	0.817	0.493	0.373	0.463	0.429
X _{3.1}	0.401	0.535	0.753	0.373	0.538	0.590
X _{3.2}	0.238	0.290	0.705	0.423	0.488	0.445
X _{3.3}	0.422	0.589	0.865	0.454	0.672	0.754
X _{3.4}	0.300	0.504	0.705	0.382	0.523	0.599
X _{4.1}	0.238	0.316	0.417	0.841	0.303	0.455
X _{4.2}	0.229	0.282	0.349	0.786	0.283	0.386
X _{4.3}	0.322	0.453	0.495	0.733	0.699	0.632
X _{4.4}	0.269	0.393	0.385	0.813	0.296	0.478
X _{5.1}	0.249	0.396	0.544	0.469	0.786	0.638
X _{5.2}	0.334	0.401	0.521	0.408	0.807	0.456
X _{5.3}	0.386	0.443	0.549	0.346	0.853	0.583
X _{5.4}	0.382	0.553	0.741	0.508	0.823	0.800
Y _{1.1}	0.506	0.582	0.555	0.562	0.631	0.759
Y _{1.2}	0.314	0.527	0.774	0.563	0.751	0.927

Y _{1.3}	0.374	0.586	0.774	0.548	0.716	0.937
Y _{1.4}	0.324	0.615	0.715	0.586	0.677	0.892

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.3, 2021

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa pada pengukuran nilai croosloading memiliki nilai tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan nilai loading faktor kepada konstruk lain. Maka pengujian atas validitas diskriminan secara keseluruhan telah terpenuhi.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Construct	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Bukti Fisik X ₁	0.871	0.914	Reliabel
Kehandalan X ₂	0.861	0.903	Reliabel
Daya Tanggap X ₃	0.755	0.844	Reliabel
Jaminan X ₄	0.809	0.872	Reliabel
Empati X ₅	0.839	0.890	Reliabel
Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.902	0.933	Reliabel

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.3, 2021

Berdasarkan tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa seluruh variabel-variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang lebih besar dibandingkan 0.7 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

Koefisien Determinasi R² Pengujian R-Square

Tabel 5. Koefisien Determinasi

	R-Square	Adjusted R Square
Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.802	0.791

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.3, 2021

Berdasarkan tabel 5 di atas, menyatakan bahwa nilai kepuasan pelanggan mampu menjelaskan konstruk R-square dapat diketahui Q2 sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2) = (1 - 0.802) = 0.198$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.802) = 0.198$$

$$Q^2 = 1 - (0.198) = 0.802$$

$$Q^2 = 1 - 0.070488 = 0.929512$$

$$Q^2 = 0.929512 = 93\%$$

Yang artinya model dapat menjelaskan data sebesar 93%, yang terdiri dari kepuasan pelanggan dengan nilai 80.2% dengan sisa 19.8%

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Pengujian Hipotesis

Construct	Sampel Rata-rata		Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Values
	Asli (O)	sampel (M)			
Bukti Fisik X ₁ ->Kepuasan Pelanggan Y ₁	-0.410	-0.401	0.144	2.849	0.005
Kehandalan X ₂ -> Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.559	0.552	0.209	2.675	0.008
Daya Tanggap X ₃ -> Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.283	0.268	0.138	2.052	0.041
Jaminan X ₄ -> Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.182	0.174	0.070	2.589	0.010
Empati X ₅ -> Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.337	0.356	0.105	3.210	0.001

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.3, 2021

Berdasarkan tabel 5.10 di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Bukti Fisik (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik (X1) memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa original sample variabel bukti fisik (X1) sebesar -0.410, kemudian nilai t-statistik variabel bukti fisik (X1) sebesar 2.849, nilai ini > t-tabel yaitu 1.96 dan P value sebesar 0.005, nilai ini < 0.05, yang artinya signifikan. maka variabel bukti fisik (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H1 dapat diterima.
2. Pengaruh Kehandalan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel kehandalan (X2) sebesar 0.559, kemudian nilai t-statistik variabel kehandalan (X2) sebesar 2.675, nilai ini > tabel yaitu 1.96 dan P value sebesar 0.008, nilai ini < 0.05. Maka variabel kehandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H2 dapat diterima.
3. Pengaruh Daya Tanggap (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap (X3) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel daya tanggap (X3) sebesar 0.283, kemudian nilai t-statistik variabel kepuasan pelanggan (Y1) sebesar 2.052, nilai ini > 1.96 dan P value sebesar 0.041, nilai ini < 0.05. Maka variabel daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H3 diterima.
4. Pengaruh Jaminan (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan (X4) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel jaminan (X4) sebesar 0.182, kemudian nilai t-statistik variabel kepuasan pelanggan (Y1) sebesar 2.589, nilai ini > 1.98 dan P value sebesar 0.010, nilai ini < 0.05. Maka variabel jaminan (X4)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H4 diterima.

5. Pengaruh Empati (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empati (X5) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel empati (X5) sebesar 0.337, kemudian nilai t-statistik variabel kepuasan pelanggan (Y1) sebesar 3.210, nilai ini > 1.98 dan P value sebesar 0.001, nilai ini < 0.05 . Maka variabel jaminan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H5 diterima.

Uji Hipotesis

1. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik diukur dengan indikator Hotel Pyramid Suites memiliki design interior kamar yang modern dan Hotel Pyramid Suites mempunyai karyawan yang berpenampilan rapi, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam (Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia, 2020). Responden menyatakan menyukai konsep kamar dengan segala sesuatu yang simple, fungsional dan tertata rapi yang dibungkus dengan konsep modern yang mengikuti perkembangan zaman, sehingga pelanggan merasa bahwa kamar tersebut sesuai dengan karakteristik mereka. Selain itu, keseragaman para karyawan dalam berpenampilan menjadi salah satu daya tarik paling besar. Kerapian juga merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan, karena kerapian bisa menjadi cerminan diri pribadi seseorang. Namun terdapat 2 nilai indikator yang dianggap kurang menarik perhatian responden sehingga menyebabkan kedua nilai indikator tersebut negatif. Adapun nilai indikator yang dimaksud yaitu; Hotel Pyramid Suites memiliki fasilitas lengkap seperti kolam renang, fitness, dan convention center, Spa serta outlet Food dan Beverage, kemudian kecepatan internet yang memadai Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Muhammad Iffan, (2018), yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya bangunan yang layak, tampilan dalam yang layak dan fasilitas-fasilitas yang ada sangatlah menentukan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan dengan indikator karyawan memberikan pelayanan yang adil terhadap semua pelanggan, karyawan hotel memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dan karyawan hotel bersifat simpatik terhadap seluruh pelanggan hotel, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Menurut responden karyawan hotel bersikap sepatutnya, artinya karyawan memberikan pelayanan sama rata terhadap seluruh pelanggan hotel, tidak membedakan antara satu dan lainnya. Dari segi pelayanan, pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai dengan tawaran yang sudah dijanjikan oleh pihak hotel, salah satunya yaitu paket kamar yang sudah termasuk Traditional Massage 60 minutes, 20% Discount for the The Carat Shop, 20% Discount for f&B yang sudah ditawarkan oleh pihak hotel. Selanjutnya karyawan mampu memberikan sikap simpatik, seperti menyambut kedatangan pelanggan dengan hangat, menawarkan bantuan tanpa diminta salah satu contohnya yaitu karyawan selalu siap sedia dipintu masuk guna membantu pelanggan baik membawakan barang maupun proses reservasi, namun dari

semua indikator kehandalan terdapat satu indikator yaitu karyawan hotel dapat mengerjakan tugas dengan baik, yang mana indikator tersebut dirasa perlu untuk lebih ditingkatkan, agar nilai dari indikator tersebut bisa lebih tinggi. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian (Panji Pamungkas, 2016), yang menyatakan bahwa dimensi kehandalan harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan atau dipromosikan. Kualitas layanan harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pegawai Front Office, bell boy, dan semua lini harus bekinerja yang tepat waktu, layanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi.

3. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap diukur dengan indikator karyawan hotel memberikan layanan cepat dan prosedur pengurusan reservasi kamar dan event cepat, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Responden menyatakan karyawan sangat responsif dari bagian resepsionis hingga bagian resto. Proses cek-in cukup dengan menunjukkan identitas dan no kode booking (khusus yang sudah melakukan pemesanan sebelumnya) maupun yang melakukan pemesanan secara langsung, hanya membutuhkan waktu kurang lebih 3-5 menit, sehingga pelanggan merasa puas. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi ketanggapan pegawai hotel Bujet dengan tanggung jawabnya harus membantu dan memberikan layanan yang cepat (resposive), cek-in, cek-out, reservasi dan tepat kepada pelanggan, penyampaian informasi yang jelas sapaan.

4. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan diukur dengan indikator karyawan hotel mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan hotel, karyawan memberikan rasa percaya kepada pelanggan dan karyawan hotel memiliki nilai moral yang baik, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Data privacy pelanggan yang dijamin oleh pihak hotel tidak akan disalah gunakan. Dari segi keamanan, terdapat beberapa orang security dengan sistem kerja shift, sehingga penjagaan hotel 24 jam nonstop, ditambah lagi dengan beberapa asuransi dari pihak hotel untuk beberapa hal tertentu seperti sistem parkir valey. Apabila pelanggan memakai jasa valey maka pihak hotel bertanggung jawab penuh atas segala sesuatu yang terjadi pada mobil pelanggan tersebut. Hal ini menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap pihak hotel. Aspek terakhir namun juga tidak kalah penting yaitu nilai moral yang tertanam pada para karyawan. Para pelanggan merasa nyaman karena tuturkata dan perilaku sopan santun yang diberikan oleh karyawan hotel. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi jaminan dan kepastian dari pegawai hotel atas pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai hotel memberikan rasa percaya kepada pelanggan perusahaan. Pegawai hotel harus mempunyai cara berkomunikasi yang baik dengan konsumen atau pelanggan, memberikan rasa aman, sopan santun atas segala perilaku dan tindakannya.

5. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel empati diukur dengan indikator karyawan hotel memahami kebutuhan pelanggan, karyawan hotel memberikan perhatian yang tulus, karyawan melayani dengan sepenuh hati dan karyawan mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan, hal ini sesuai dengan konsep Berry,

Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Responden merasa kebutuhannya terpenuhi karena karyawan hotel mampu memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Pandemi covid 19 yang mengharuskan kita untuk selalu jaga jarak dan menghindari kerumunan membuat para karyawan hotel menyediakan pelayanan sarapan didalam kamar, selain itu dalam meningkatkannya program kesehatan pihak hotel juga menyediakan handsanitizer lengkap dengan maskernya. Hal ini dilakukan para karyawan dengan tulus dan sepenuh hati, dengan menggunakan komunikasi yang baik sehingga terjalannya hubungan baik antara karyawan dan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi sempati dari pegawai hotel bujet berupa hati yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Pegawai hotel bujet harus diingatkan dan diarahkan agar selalu memahami kebutuhan konsumen secara spesifik agar konsumen atau pelanggan hotel merasa nyaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada hotel Pyramid Suites Banjarmasin, maka penulis memberikan saran kepada pihak hotel sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi peneliti selanjutnya. Pertama yaitu Hotel Pyramid Suites Banjarmasin memiliki beberapa fasilitas seperti kolam renang, dan convention center yang mana untuk ukuran kolam renang mungkin bisa sebagai masukan kepada pihak hotel untuk lebih memperhatikan ukuran kolam karena untuk ukuran kolam yang sekarang dapat dikatakan terlalu kecil untuk ukuran orang dewasa. Selanjutnya berdasarkan variabel kehandalan ada satu indikator yang nilainya masih bisa untuk ditingkatkan, yaitu karyawan hotel dapat mengerjakan tugas dengan baik. Saran saya pihak manajemen hotel dapat terus melakukan evaluasi terhadap kinerja para karyawan hotel guna meningkatkan kualitas kerja karyawan agar lebih baik lagi.

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menelaah lebih dalam serta mengembangkan penelitian yang sudah dilaksanakan ini, mengingat banyaknya persaingan antar hotel yang ada di wilayah Banjarmasin, agar dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan hotel Pyramid Suites Banjarmasin

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Sg. Istri Ratih Pratiwi (2014). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu yang menginap di The Oasis Boutique Beach Resort and Spa Tanjung Benoa Kab. Badung. *Manajemen Annual Report Bank Mandiri Tahun 2013-2019. Journal article// E-Journal Manajemen Universitas Udayana*
- Abdul Basit (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada allium tanggerang hotel. *Jurnal Lontar Vol.6 No 2 Juli-Desember 2018.*
- Amelia Susepti (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel (Studi tentang Persepsi tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 50 No. 5 September 2017.*

- Chin, W.W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Danang, Sunyoto, 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- David L, Goetsch & Stanley M, Davis. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness (Merrill's international series in engineering technology)*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- E.M, Sangadji dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Kadek Ngurah Astana (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu pada Hotel Legong Keraton di Kabupaten Badung Tahun 2013. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Panji Pamungkas (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Bujet di Bandung. *Tourism Scientific Journal. Volume 2 Nomor 1 Desember 2016*.
- Richard L, Oliver. 2014. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, Second Edition*. New York: Routledge.
- Sarwono, J. dan Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia (2019). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan chandra Gregorius. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- William J, Stanton. 2013. *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma*. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.