

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI
(Studi Kasus: Hotel Di Kota Palopo)**

Aulia Rahmi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Palopo

Email: auliarrechmy@gmail.com

ABSTRACT

The quality of service and customer satisfaction is what influences the interest of visiting again. The purpose of this study is to find out how the influence of quality of service and customer satisfaction in increasing interest in visiting again at hotels in Palopo City. This study used questionnaires as a tool in collecting data. The study also used multiple linear analysis techniques.

The result of this study is the quality of service and customer satisfaction is able to influence the interest of visiting back at hotels in Palopo City. The results of multiple linear regression analysis show that partially the influence of service quality has a significant effect on the interest of visiting again and customer satisfaction also affects the interest of visiting again at hotels in Palopo City. Simultaneously, the quality of service and customer satisfaction influenced in increasing the interest in visiting back at hotels in Palopo City.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, interest in visiting again

ABSTRAK

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah hal yang mempengaruhi minat berkunjung kembali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat dalam mengumpulkan data. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis linier berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mampu mempengaruhi minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali dan kepuasan konsumen juga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, minat berkunjung kembali

A. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang pesat dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat serta berpengaruh terhadap persaingan bisnis di seluruh belahan dunia. Hal ini juga terjadi di Indonesia, sebagai negara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi, potensi yang mulai diperhatikan dunia International. Melihat potensi ekonomi di Indonesia yang terus berkembang termasuk dalam bidang industri, khususnya industri pada sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri perhotelan yang merupakan salah satu industri yang menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Hotel adalah 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 (Sulastiyono 2011: 5). Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting bagi kelangsungan hubungan baik antara perusahaan dan konsumen. Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan konsumen. Konsumen dalam menentukan kualitas layanan

hendaknya tidak hanya berdasarkan pada hasil layanan, tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. Kota Palopo adalah sebuah kota di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota Palopo merupakan kota yang sedang berkembang sehingga banyak bermunculan bisnis jasa perhotelan. Banyaknya jumlah hotel yang berdiri di Kota Palopo mendorong setiap hotel untuk saling bersaing dalam menarik pengunjung untuk menginap di hotel yang telah tersedia. Salah satu upaya dalam menarik pengunjung adalah selalu mementingkan kepuasan tamu dengan menjaga kualitas pelayanan yang terdapat di hotel. Suatu perusahaan jasa perhotelan dapat dikatakan sukses apabila sudah mampu memberikan *service* atau pelayanan yang dapat memenuhi atau melebihi dari harapan konsumen. Berdasarkan pembahasan di atas maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Minat Berrkunjung Kembali. (Studi kasus: Hotel di Kota Palopo)”

B. KAJIAN TEORI

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap

kualitas pelayanan adalah informasi penting bagi penyedia layanan yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja bisnis, memperkuat potensi inti, dan menempatkan diri mereka secara lebih strategis dipasar (Cronin & Taylor 1992, Jain & Gupta 2004). Layanan adalah suatu kegiatan yang memberikan manfaat dan kepuasan yang akan ditawarkan kepada konsumen. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/ aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan suatu darah kehidupan setiap perusahaan, sehingga kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi. Tjiptono & Diana (2015:23) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang

didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*perceived performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap diantara kinerja dan ekspektasi tersebut. Usaha yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang (*win-win situation*), yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan. Minat beli ulang merupakan suatu minat yang didasarkan atas pengalaman pembelian sebelumnya, minat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan di mana pelanggan merespons positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Faradiba dan Astuti, 2013). Minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang tersebut. Kepuasan yang dirasakan tamu pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan harapan bahkan melebihi ekspektasinya, sehingga akan timbul niat pembelian ulang

(*repurchase intention*) kemudian melakukan pembelian berulang terhadap produk tersebut.

C. METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah semua pengunjung yang terdapat di 8 hotel di Kota Palopo yang terdiri dari Hotel Value, Hotel Nusa Indah, Hotel BM Residence, Hotel Awana, Hotel Harapan, Hotel Agro, Hotel Mulia Indah, dan Hotel Buana. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 278. Dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun analisis data yang digunakan yaitu, Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara 2 atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Penggunaan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y) (Sugiyono, 2017). Koefisien determinasi, Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji t(parsial), Uji statistik t merupakan pengujian yang dilakukan pada hipotesis. Pengujian dilakukan dengan menguji signifikansi hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Serta uji f(simultan) Menurut Ghozali (2013:98), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung pada 8 hotel di Kota Palopo. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan pada responden yang berkunjung ke 8 hotel di Kota Palopo. Dengan kuesioner sebanyak 278 responden.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil nilai t hitung sebesar 2,364 lebih besar dari t tabel sebesar 1,968 dan nilai signifikansi t sebesar 0,019 kurang dari 0,05. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (H₁ diterima). Dalam penelitian ini menggunakan indikator tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Hal ini dinyatakan berdasarkan nilai t hitung sebesar 6,501 lebih besar dari t tabel 1,968 dan nilai signifikansi t sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (H₂ diterima). Dalam penelitian ini menggunakan indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga serta biaya dan kemudahan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo. Dari Uji Simultan didapatkan nilai Fhitung sebesar 33,204 dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa Fhitung sebesar 33,204 yang lebih besar dari

Ftabel sebesar 3,028. Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima, karena Fhitung lebih besar dari Ftabel atau signifikansi F yang lebih besar dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo.

E. SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo maka diperoleh kesimpulan adalah kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo.

b. Saran

Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan terutama pada fasilitas hotel seperti tempat parkir, karena dengan memperhatikan hal tersebut akan berpengaruh pada minat berkunjung kembali pada hotel. Serta memperhatikan kepuasan konsumen yang memiliki pengaruh lebih besar untuk meningkatkan minat berkunjung kembali pada hotel di Kota Palopo.

Daftar Pustaka

- Cronin, J., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. *Journal of Marketing*, 56 , 55-67.
- Devellis, R. F. (1991). *Scale Development: Theory and Applications*. Newbury Park: SAGE Publications.
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*, 2.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi 6)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas ? Tak Cukup*. Yogyakarta. Andi.