ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL BISMO KEDIRI TAHUN 2016

ARTIKEL ILMIAH

oleh:

MOHAMAD BAHROINI

NPM. 12.1.02.02.0327

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UN PGRI KEDIRI

2016

Skripsi Oleh:

MOHAMAD BAHROINI
NPM : 12.1.02.02.0327

JUDUL:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL BISMO KEDIRI TAHUN 2016

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal : 11 Agustus 2016

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M.	**Rony Kurniawan, S.E, M.M.**
NIDN: 0727127801	**NIDN: 0730076804**

ii

Skripsi Oleh:

MOHAMAD BAHROINI
NPM : 12.1.02.02.0327

JUDUL:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL BISMO KEDIRI TAHUN 2016

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada Tanggal : 12 Agustus 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M.
2. Penguji I : Lilia Pasca R., Dr.
3. Penguji II : Rony Kurniawan, S.E, M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, MM
NIDN.1910301044

iii

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL BISMO KEDIRI TAHUN 2016

Mohamad Bahroini
12.1.02.02.0327
FE – Manajemen
Naro_roy@yahoo.com
Ema Nurzainul Hakimah[1], Rony Kurniawan[2],
UN PGRI KEDIRI

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Bismo Kediri baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah maupun sedang menginap di Hotel Bismo Kediri. Sampel ditentukan dengan *insidental samp*ling dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden.Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan regresi linier berganda diperoleh nilai F hitung 5,976 dengan tingkat signifikansi 0,0002. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Bismo Kediri karena tingkat signifikansi sebesar 0,00 (< 0,05). Melalui uji t (parsial) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai angka signifikansi sebesar 0,014 (< 0,005), menunjukkan bahwa kualitas produk paling dominan dalam mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Bismo Kediri. Serta variabel fasilitas dengan nilai signifikansi 0,023 (< 0,005), variabel lokasi sebesar 0,020 (< 0,005), dalam mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Bismo Kediri.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Menginap

A. LATAR BELAKANG

Di era pembangunan yang semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi dan industri jasa perhotelan telah banyak mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat

dari semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama.Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat, (Zeithaml& Bit, 2003).

Industri perhotelan merupakan perusahaan jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual.

Perkembangan jumlah hotel di Jawa Timur dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Menurut klasifikasi bintang, jumlah hotel berbintang pada tahun 2012 sebanyak 98 unit, terbagi atas hotel bintang 5 sebanyak 8 unit, bintang 4 sebanyak 16 unit, bintang 3 sebanyak 40 unit, bintang 2 sebanyak 16 unit dan bintang1 sebanyak 18 unit. Sedangkan hotel non bintang sebanyak 250 unit. (BPS Jawa Timur:2012).

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensi ketika mereka menjual produk yang sama.

Menurut Tjiptono (2000:51), ”kualitas” merupakan “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen,

Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan penting dalam menunjang konsumen.Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat

ditawarkan kepada konsumen. (Tjiptono, 2000:148). Fasilitas merupakan sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang sangat kritis dalam membelanjakan uang mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan.

Selain itu, faktor lokasi hotel sangat berpengaruh pada pemilihan tempat menginap di hotel oleh para konsumen Menurut Tjiptono (2000:147),lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan dan fokus strategi. Dimana lokasi hotel berada di pusat kota yaitu di Jalan Panglima Sudirman No. 119, Kota Kediri, Jawa Timur yang menawarkan banyak destinasi untuk menikmati keindahan kota. Berada dekat dengan mall dan tempat perbelanjaan, karena para pengguna jasa hotel biasanya melakukan kegiatan *shopping*.

Tuntutan pelanggan jasa hotel yang terus meningkat ini menciptakan suatu kondisi dimana produk jasa dan fasilitas hotel yang ditawarkan kepada pengguna jasa dituntut untuk menjadi lebih baik. Karena dengan demikian pengguna jasa hotel dapat menentukan keputusan menginap. Disamping itu jasa hotel harus memiliki keunggulan tertentu dan hal itu dapat dijadikan suatu ciri khas dari hotel tersebut.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kediri. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Kuantitatif diartikan sebagai pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan *Sampling insindental*, dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi, sedangkan variabel terikat yaitu keputusan menginap. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian berupa kuesioner berupa pernyataan-pernyataan sebanyak 24 item. Instrumen yang digunakan dalam penelitian telah divalidasi menggunakan *software* SPSS versi 20. Selanjutnya, instrumen diujicobakan ke

lapangan dan hasilnya dianalisis berdasarkan validitas dan reliabilitas.

C. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan di Kediri diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 5{,}976 > F_{tabel} = 2{,}790$ dan nilai sig. = 0,0002 < 0,05 artinya secara bersama-sama kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap (Y).

Variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Hal ini bisa disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Bismo sangat memuaskan penggunjung. Hasil penelitian ini didukung penelitian Khatimah (2011) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

Variabel fasilitas dari perhitungan di uji t diketahui bahwa nilai signifikansi fasilitas sebesar 0, 023 < 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut maka fasilitas berpengaruh positif atau menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan menginap. Sehingga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Bismo Kediri. Hal ini disebabkan karena konsumen merasa nyaman dengan fasilitas yang diperoleh dari Hotel Bismo. Hasil penelitian ini didukung penelitian Kusuma (2011) yang menyatakan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

Variabel lokasi dari perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi lokasi sebesar 0, 02 < 0,05 yang variabel bebas lokasi dapat menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan menginap. Sehingga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Bismo Kediri. Hal ini disebabkan karena pengunjung merasa lokasi yang sangat strategis dan sangat luas sehingga pengunjung merasa nyaman menginap di Hotel Bismo Kediri. Hasil penelitian ini didukung penelitian Retno (2010), yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

D. DAFTAR PUSTAKA

Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty

Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Penerbit Alfabeta.

Henry Simamora,2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Surabaya:Pustaka Utama

Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management*.Millenium Edition.

New Jersey : Prentice Hall International .Inc

Kotler Philip dan Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol***,** terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 & 2, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat

Lupiyoadi, Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa :Teori dan Praktek, Edisi Pertama,* Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua.* Jakarta :Penerbit Salemba Empat.

Riduwan, 2005. *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat