

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN HOTEL BUKIT SERELO LAHAT**

Darwin Kusuma¹, Libriana Susanti²

¹STIE Serelo, Lahat, Indonesia, darwinkesuma80@gmail.com

²STIE Serelo, Lahat, Indonesia, librianasusanti82@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at Bukit Serelo Lahat Hotel. Respondents of this study is 63 people and the sampling technique used purposive sampling. In this study the data used are primary data and secondary data in the form of customer report data, room sales data and questionnaire data given to respondents. Technical analysis of the data used is multiple linear regression using SPSS ver 16. From the results of this study it can be concluded that (1) product quality does not affect customer satisfaction at the Bukit Serelo Lahat Hotel with a sig. variable X_1 is $0.63 > 0$; (2) Service quality has a significant effect on customer satisfaction with the value of sig. sig. variable X_2 is $0.000 < 0.05$; (3) Variables X_1 and X_2 together are able to influence consumer satisfaction with the value of sig. of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Product quality; Service quality; Consumer satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan jasa pelayanan penginapan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Ketatnya persaingan dan semakin banyaknya usaha perhotelan yang bermunculan pada saat ini membuat pihak pemilik atau pengelola harus dapat menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para pesaingnya. Sebagaimana yang telah dikatakan oleh Kotler dan Amstrong (2012) mencatat bahwa untuk menghadapi situasi persaingan yang tinggi, eksistensi perusahaan maka diperlukan keunggulan bersaing yang dimulai dengan penciptaan nilai pelanggan untuk menghasilkan kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan merupakan satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan dan dimiliki di masa sekarang dan masa depan. penciptaan nilai akan tercipta ketika pelanggan merasakan biaya yang dikeluarkan melebihi manfaat yang pelanggan

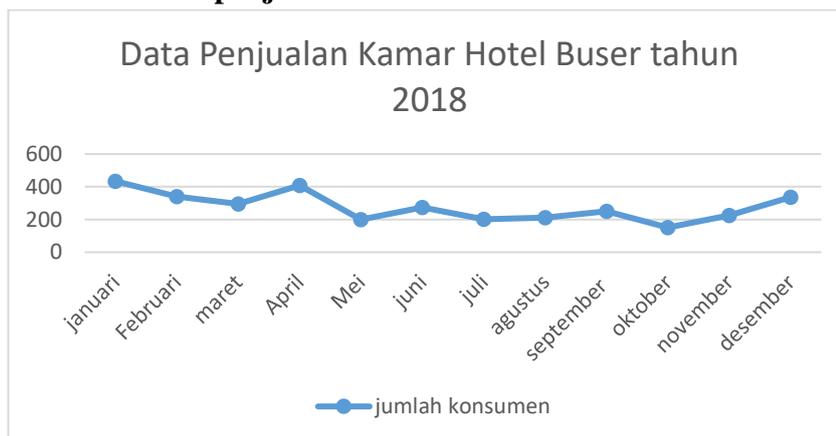
dapatkan (baik dari segi ekonomi, psikologis dan fungsional). Lebih jauh kelebihan manfaat inilah yang kemudian membentuk perasaan pelanggan terhadap produk perusahaan tersebut. Semakin tinggi manfaat yang didapatkan maka semakin tinggi pula perasaan senang/kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut.

Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu-satunya alasan perusahaan membangun bisnis, memperkerjakan karyawan, dan lain sebagainya. Sehingga untuk terus dapat mempertahankan bisnis maka diperlukan kepuasan pelanggan (Windarti, 2017).

Ada dua faktor yang dapat membantuk kepuasan pelanggan (Maddox, 1981) yaitu kinerja instrumental dan kinerja ekspresif pelanggan. Melalui kinerja instrumental pelangga dapat menentukan apakah produk sesuai dengan kebutuhan/tujuan dari pelanggan itu sendiri. Sedangkan ekspresif lebih banyak berhubungan dengan perasaan/psikologi konsumen saat menggunakan produk tersebut. dari kedua faktor tersebut dapat diidentifikasi bahwa untuk membentuk kepuasan pelanggan maka dapat dimulai dengan menyediakan produk sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan dan memberikan perasaan lebih ketika konsumen menggunakan produk tersebut. hal ini sama juga dikemukakan oleh Xu dan Blankson (2017); Sari dan Giantari (2020); dan Chinomoma & Mazariri (2017).

Ada banyak penelitian yang mencoba untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang dapat membentuk kepuasan pelanggan. Lie, Sudirman dan butar-butus (2019) mengungkapkan hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas. Lebih jauh ia menjelaskan bahwa untuk mempertahankan pelanggan maka perlukan memberikan pelayanan yang konsumen butuhkan untuk membentuk perasaan puas pelanggan yang berujung pada loyalitas pelanggan akan tetapi pada pembahasan ditemukan bahwa kualitas pelayanan tidak memebrikan konstribusi dalam pembentukan kepuasan pelanggan. Hal ini berbeda dengan hasil Penelitian yang dilakukan oleh Nalendra (2018); Tisa dan Susanti (2017), dan Aziz dan Puta (2017) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Data penjualan Kamar Hotel Buser tahun 2018



Sumber : Laporan Penjualan Kamar Hotel Bukit Serelo Lahat tahun 2018

Hotel Bukit Serelo merupakan salah satu hotel ternama yang ada di Kabupaten Lahat. dalam menjalankan bisnisnya hotel ini sejak tahun 2001. Hotel Bukit Serelo memiliki letak yang strategis ditengah kota Lahat dan menjadi salah satu pilihan utama pelancong dalam memilih penginapan. Akan tetapi dalam beberapa bulan terakhir terlihat terjadi ketidakstabilan jumlah kamar yang dipesan oleh konsumen bahkan cenderung mengalami penurunan. Berikut diatas yang menggambarkan jumlah kamar yang dipesan oleh konsumen pada tahun 2018.

Dari grafik di atas dapat diketahui pada Hotel Bukit Serelo Lahat terjadi trend penurunan jumlah kamar yang dipesan oleh konsumen pada bulan Januari, february dan april bisa mencapai angka 418 kamar. Dan mengalami kecenderungan penurunan jumlah pemesanan kamar pada bulan Mei- Desember. Prasastono (2012) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen KFC Semarang Candi. Windarti (2017) juga mengungkapkan kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen Donat madu Cihanjuang Pekan Baru sebesar 56,1 %. Wulandari (2013) mengungkapkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopikita Semarang

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hotel Bukit Serelo Lahat yang kemudian dijadikan sampel oleh peneliti. Teknik pengambilan sample menggunakan *probability sampling yaitu random sampling* dimana seluruh pengunjung hotel memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Dari jumlah konsumen selama tahun 2018 sebanyak 418 konsumen. Karena jumlah konsumen yang akan menjadi responden berjumlah lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% dari total populasi (Sugiyono, 2010). Dari total populasi tersebut maka diambil sampel sebanyak 15% dari total jumlah konsumen yaitu sebanyak 63 konsumen. Sedangkan informan pada penelitian ini terdiri dari pihak manajemen Hotel Bukit Serelo Lahat. Peneliti memiliki kewenangan untuk menentukan jumlah informan yang dibutuhkan dan siapa saja yang dianggap mampu untuk dijadikan sebagai informan.

Jenis dan Sumber data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 (dua) jenis yaitu: (1) data primer yang didapat dari kuisioner yang telah diisi oleh responden dan data hasil wawancara peneliti dengan informan serta dari hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti. (2) data sekunder dapat berupa laporan pemesanan kamar, laporan keuangan, data-data tentang konsumen yang akan dijadikan calon responden, data tentang fasilitas kamar dan lain-lain

Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel X1 Kualitas Produk : Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2008). Untuk mengukur kualitas produk peneliti menggunakan 7 indikator yaitu Hasil Produk, Ciri-ciri/ Keistimewaan produk,Kehandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi, Kegunaan, Estetika, Kualitas yang dirasakan
2. Variabel X1 Kualitas Layanan : Menurut *American Society for Quality Control* dalam Lupiyoadi, (2001), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Untuk mengukur kualitas layanan peneliti menggunakan empat indikator yaitu Tangibel, Reliability, Responsiveness, Emphaty.
3. Variabel Y Kepuasan Konsumen : Kottler (2008) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Untuk mengukur kepuasan konsumen peneliti menggunakan 4 indikator yaitu Kepuasan terhadap produk, Kesesuaian produk dengan harapan konsumen, Kesiediaan berkunjung kembali, Kesiediaan konsumen merekomendasikan produk kepada orang lain

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Jenis kelamin

Karakteristik Responden dilihat dari jenis kelamin yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Katagori	Jumlah	Presentasi
Laki-laki	47	74.6%
Perempuan	16	23.4%
Total	63	100%

Sumber : Data diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang paling banyak berkunjung adalah laki-laki sebanyak 47 responden (74.6%), dan paling sedikit adalah Wanita sebanyak 16 responden (23.4%).

Umur

Karakteristik Responden berdasarkan umur yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Katagori	Jumlah	Presentasi
< 20 tahun	7	11.1%
21-50 tahun	43	68.2%
>50 tahun	13	20.7%
Total	63	100%

Sumber : data diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat mayoritas pelanggan berumur sekitar 21-50 tahun sebanyak 43 responden (68.2%), dan paling sedikit berumur < 20 tahun yaitu 7 responden (11.1%).

Intensitas Kunjungan Ke Hotel Bukit Serelo Lahat

Karakteristik Responden berdasarkan intensitas kunjungan yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan

Katagori	Jumlah	Presentasi
1 Kali	19	30.1%
2-3 Kali	36	57.1%
>3 Kali	8	12.8%
Total	63	100%

Sumber : data diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat mayoritas pelanggan yang berkunjung 2-3 kali sebanyak 36 responden (57.1%), dan paling sedikit berkunjung >3 kali adalah 8 responden (12.8%).

Uji Hipotesis

Uji T/ Uji Parsial

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel	Sig.
Constanta	0.003
X1 Kualitas Produk	0.63
X2 Kualitas Layanan	0.000

Sumber: Data diolah

Dari data diatas makadapat diketahui bahwa nilai sig. variabel X1 sebesar $0.63 > 0.05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Hal ini memiliki arti bahwa

X1 Kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. Sedangkan nilai sig. variable X2 sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini memiliki arti bahwa X2 Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji F/ Uji Simultan

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	500.973	2	250.486	9.561	.000 ^b
Residual	1571.916	60	26.199		
Total	2072.889	62			
a. Dependent Variable: Y KEPUASAN KONSUMEN					
b. Predictors: (Constant), X2 KUALITAS LAYANAN, X1 KUALITAS PRODUK					

Sumber: Data diolah dari lampiran 4

Dari data di atas dapat diketahui bahwa nilai sig. sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, hal ini memiliki arti bahwa secara Variabel X1 dan X2 secara bersama-sama mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pembahasan Hipotesis 1 dan 2

Pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel X1 sebesar $0.63 > 0.05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X1 Kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Bukit Serelo Lahat. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Nur (2007) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan yaitu 32.70% terhadap kepuasan konsumen. Jika dilihat dari nilai koefisien regresi X1 sebesar -0.086 menunjukkan bahwa setiap kualitas produk bertambah +1 poin, maka kepuasan konsumen akan berkurang sebanyak -0.086. sehingga wajar saja jika kualitas produk tidak mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Makna temuan ini adalah pelanggan belum tentu merasa puas dengan kamar yang disediakan oleh hotel Buser Lahat memiliki kualitas yang baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa keistimewaan kamar, kesesuaian kamar dengan spesifikasi kamar yang dibutuhkan konsumen, estetika, tata letak, design kamar masih dirasa belum memenuhi ekspektasi pelanggan sehingga perasaan ketidakpuasan muncul terhadap produk tersebut.

Setelah digali lebih dalam melalui depth interview dengan manajemen hotel Buser Lahat, ternyata ada beberapa hal yang menyebabkan pelanggan tidak merasa puas dengan kamar pada Hotel Buser Lahat. dimulai dari interior kamar yang masing masing mangadopsi interior hotel jadul sehingga membuat suasana hotel menjadi agak sedikit seram terutama jika pelanggan memasuki lorong-lorong kamar. Banyak dari pelanggan yang datang kehotel dengan tujuan untuk persinggahan dalam perjalanan bukan untuk “staycation” sehingga bukan hotel buser bukan merupakan tujuan utama untuk benar-benar dikunjungi. Dilain pihak hotel Buser salah satu aset bisnis yang dimiliki oleh Pemerintah daerah kabupaten Lahat, sehingga para tamu pelanggan banyak yang datang dikarenakan sudah ada perjanjian dan MOU dengan pemerintah daerah sehingga lagi-lagi hotel Buser bukan tujuan utama bagi pelanggan untuk pilihan menginap.

Pada variabel X2 nilai sig. Sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X1 Kualitas layanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Bukit Serelo Lahat. hal ini juga ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi X2 sebesar 0.529 yang menjelaskan bahwa setiap penambahan +1 poin kualitas layanan, maka akan kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0.529 poin. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sulistyaningrum (2014) dan Utami (2013) yang mengungkapkan bahwa kualitas layanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas dari layanan yang diberikan oleh Hotel Bukit Serelo sangat erat kaitanya dengan kepuasan konsumen. Apabila Hotel memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan , maka konsumen merasa puas .Begitu juga sebaliknya,jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas Pelayanan yang baik yang ditawarkan pada konsumen merupakan daya tarik konsumen untuk tetap setia berkunjung lagi.

Pembahasan Hipotesis 3

Pada tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai sig. sebesar $0.00 < 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 secara bersama-sama mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika dilihat dari nilai R square sebesar 0.242 menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 24.2% sedangkan sisanya sebesar 75.8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk memuaskan konsumen diperlukan strategi perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk dan pelayanan konsumen dengan sebaik-baiknya dimensi kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi kualitas produk meliputi fungsi, fitur, keandalan, kesesuaian, usia produk, estetika, perceived quality dan kualitas pelayanan meliputi tangibels, reability, responsiveness, assurance, dan empathy.. Menurut Kotler (2008) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

KESIMPULAN

- 1) Nilai sig. variabel X1 sebesar $0.63 > 0.05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Hal ini memiliki arti bahwa X1 Kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hotel Bukit Sereho Lahat.
- 2) Nilai sig. variable X2 sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini memiliki arti bahwa X2 Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Nilai sig. sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini memiliki arti bahwa secara Variabel X1 dan X2 secara bersama-sama mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Inka Janita Sembiring, Suharyono Dan Andriani Kusmawati. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's MT.Haryono Malang)*, Jurnal Administrasi Dan Bisnis, Vol 15, No 1.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Nur, Kartika Rahmawati.2017.*Pengaruh Kualitas Produk & Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Bangsawan Klaten*. Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prayitno, D.2014. *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sulistyaningrum. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk & Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sirestoran Koki Topyaki Express*.Program Studi Pendidikan Teknik Boga.Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy.2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Windarti, Tias Dan Mariaty, Ibrahim. 2017.*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Donat Madu Cihanjuang Pekan Baru*, Jom FISIP, Vol 4, No 2.