

Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Gria Renon Denpasar

**The Effect Of Facility And Location On
Customer Satisfaction At Hotel
Gria Renon Denpasar**

Frumensiana Buwung^{1*}, I Ketut Sudana^{2*}

Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia
Jl. Seroja Tonja -Denpasar Utara, Bali (80239)

*Pos-em: frumensianabuwung@gmail.com, ketut.Sudane78@gmail.com

Abstrak.Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu metode Asosiatif Kausal. Data analisis dengan analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi (*Adjusted r Square*)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel Fasilitas berpengaruh Terhadap kepuasan pelanggan hal ini didasari oleh uji t sebesar 2,637 dengan nilai sig 0,000 < 0,05 (2) Variabel Lokasi berpengaruh Terhadap kepuasan pelanggan hal ini didasari oleh uji t sebesar 2,596 dengan nilai sig 0,000 < 0,05 (3) Variabel Fasilitas dan Lokasi berpengaruh signifikan Terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Gria Renon Denpasar hal ini didasari oleh uji F sebesar 3,871 dengan nilai sig 0,000 < 0,05 (4) Hasil koefisien uji determinasi menggunakan metode *Adjusted r Square* adalah sebesar 55,7% Fasilitas dan Lokasi berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

Abstract. The data collection method in this study is the Causal Associative method. Data analysis with multiple linear regression analysis and coefficient of determination test (*Adjusted r Square*)

The results of this study indicate that (1) the Facility Variable has an effect on customer satisfaction, this is based on a t-test of 2,637 with a sig value of 0.000 < 0.05 (2) Location variables have an effect on customer satisfaction, this is based on a t-test of 2,596 with a sig value 0.000 < 0.05 (3) Facilities and Location variables have a significant effect on customer satisfaction at Hotel Gria Renon Denpasar this is based on the F test of 3.871 with a sig value of 0.000 < 0.05 (4) The results of the coefficient of

determination using the Adjusted Square method is 55.7% Facilities and Locations have an effect on Customer Satisfaction while the remaining 44.4% is influenced by other factors that are not included in the research model.

Keywords: Facilities, Location, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya.

Dahulu fungsi Hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc. (2012:96) yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2014:167), hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang terbaik agar para tamu puas terhadap fasilitas yang

diberikan atau yang disediakan. Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler (2014:58) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan.

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah yang dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat atau lokasi usaha.

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011:67). Pengukurang kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan Kasual merupakan

hubungan yang sifatnya sebab akibat, Salah satu variabel (independen) mempengaruhi variabel yang lain (dependen). Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yaitu: Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2). Variabel terikat yaitu: Kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Gria Renon Denpasar Tahun 2020.

Populasi

Yang dimaksud populasi penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka sebagai sasaran. Menurut Sugiyono (2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah Pelanggan pada Hotel Gria Renon yang jumlahnya tidak terbatas.

Deskripsi Data penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan di Hotel Gria Renon Denpasar terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah fasilitas (x_1), dan lokasi (x_2), sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas. Data variabel fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan diperoleh dari instrumen berupa angket (kuesioner).

Deskripsi data masing-masing variabel meliputi: skor minimal, skor maksiml, dan *standar deviasi* (SD) yang diolah dengan bantuan SPSS 20 *for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Di Hotel Gria Renon Hasil analisis uji t-test diketahui bahwa nilai t-hitung 2,637 lebih besar dari tabel yaitu 1,985 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai

signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$). Sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima yakni terbukti Fasilitas (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Di Hotel Gria Renon Hasil analisis uji t-test diketahui bahwa nilai t-hitung 2,596 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,985 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$). Sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima yakni terbukti Lokasi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Fasilitas (X_1) Dan Lokasi (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Di Hotel Gria Renon (Y)

Hasil analisis uji F-test diketahui bahwa nilai F-hitung 3,871 lebih besar dari F-tabel yaitu 3,09 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$). Sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima yakni terbukti Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Gria Renon Denpasar, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Fasilitas (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,637 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985 sehingga berada pada daerah penolakan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh fasilitas (X_1) yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$) ini menyatakan bahwa fasilitas (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di Hotel Gria Renon.

2. Ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,596 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985 sehingga berada pada daerah penolakan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh Lokasi (X_2) yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$) ini menyatakan bahwa Lokasi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di Hotel Gria Renon.

3. Ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Diketahui bahwa nilai F_{hitung} 3,871 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09 berada pada daerah penolakan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2) yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$) ini menyatakan bahwa Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di Hotel Gria Renon.

4. Berdasarkan hasil uji determinasi diketahui besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,557 yang artinya sebesar 55,7% variasi Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh fasilitas (X_1) dan lokasi (X_2), sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak

dimasukkan ke dalam penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh, dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Hotel Gria Renon Pihak Hotel sebaiknya lebih memperhatikan fasilitas dan lokasi yang ada karena fasilitas itulah salah satu minat pelanggan untuk berkunjung atau untuk menginap dan begitu juga dengan lokasi jika fasilitas yang disediakan dan lokasi yang ada sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan maka mereka akan merasa puas dan tidak berpaling Hotel lain.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup peneliti, tidak hanya pada fasilitas dan lokasi saja, namun dapat ditemukan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hotel.

DAFTAR RUJUKAN

- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Engel, et.al. 2011. *Consumer Behavior, Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2016. *Kepuasan pelanggan edisi 1*, CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Fure. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli*

- Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca.* Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Irawan, H. 2009. *Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komutindo.
- Kasmir . 2016. *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik)*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler dan Keller. 2014. *Marketing Management. Fourteenth Edition*. England: Pearson Education.
- Lovelock dan Wirtz. 2011. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT.Indeks.
- Murti dan Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi ke 5*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.Boston Pearson.
- Moh. Nazir. 2014. *Metode Penelitian, Cetakan Ketujuh*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nirwana. 2012. *pemasaran jasa*, penerbit Alt,jakarta.
- Philip dan Kotler. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran alih Bahasa Damos Sihombing Jilid 1 Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suprpto. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta : PT. Buku Seru.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit CAPS. Yogyakarta.
- Suharsimi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni dan Endrayanto. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.Utami. 2012. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Studi Kasus : Restoran AyamQu di Jln. Veteran Kota Padang). [Skripsi]. Padang. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. 83 hal.
- Ujang Suwarman. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi ke-2*, Ghalia Indonesia, Jakarta.