

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA  
HOTEL SANTIKA PREMIERE SEMARANG

Nandy Dewangga S<sup>1</sup>, Wahyu Hidayat<sup>2</sup> & Widiartanto<sup>3</sup>  
[nandy.dewangga.soebekti@gmail.com](mailto:nandy.dewangga.soebekti@gmail.com)

*Abstract*

*The competition of global business today focusing on consumers is a strategic choice in business world in order to survive. For example, the tight competition of business in the company of hotel services is by improving the service quality to consumers. The problems in this research were the decreasing number of hotel service users and the increasing number of consumer complaint as the service users of Santika Premiere Hotel in Semarang from year to year. The aims of this research were to identify the appropriateness level between the expectation and the performance of service implementation including the dimensions of reliability, responsiveness, guarantee, empathy, and direct proof; and to recognize the satisfaction level felt by the guests of Santika Premiere Hotel Semarang. The research type used was the type of Quantitative Descriptive with the number of respondents determined by using Slovin Formula. The number of samples was 100 respondents. The analysis tool used was Importance and Performance Analysis and Cartesius Diagram. The calculation results the score of appropriateness level was 89,22% which means that the performance of the hotel employees was considered appropriate enough by consumers. The satisfaction level was 3,76 which means that consumers feel satisfied enough with the performance of Santika Premiere Hotel Semarang. It is suggested that management Santika Premiere Hotel should repair the facility of laundry by more attention to the cleanliness of washing clothes, performance security officers need to be improved by taking into account the number of hotel guest complaints about the performance of security personnel, the location of mushola is suggested to be near the hotel lobby so that the guests will be easier to worship, Santika Premiere Hotel renovate the design and appearance of the building since the exterior condition of Santika Premiere Hotel was considered quite old compared with the competitors.*

*Keywords: service quality, consumer satisfaction, hotel*

**Abstraksi**

Persaingan bisnis global saat ini, fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi dunia usaha agar mampu bertahan. Sebagai contohnya adalah ketatnya persaingan usaha pada perusahaan jasa hotel yaitu dengan saling meningkatkan perbaikan kualitas jasanya untuk memberi kepuasan kepada konsumennya. Masalah dalam penelitian ini adalah adalah penurunan jumlah pembeli jasa penginapan dan meningkatnya keluhan konsumen pembeli jasa penginapan Hotel Santika Premiere Semarang dari tahun ke tahun. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja pelaksanaan pelayanan yang meliputi : dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung, serta untuk mengetahui tingkat kepuasan yang

<sup>1</sup> Nandy Dewangga S, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [nandy.dewangga.soebekti@gmail.com](mailto:nandy.dewangga.soebekti@gmail.com)

<sup>2</sup> Wahyu Hidayat, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup> Widiartanto, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

dirasakan tamu Hotel Santika Premiere Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe *descriptive quantitative* dengan jumlah responden sejumlah 100 responden. Alat analisis dengan menggunakan *importance and performance analysis* dan *cartesius diagram*. Hasil analisis data untuk tingkat kesesuaian diperoleh skor sebesar 89,22% yang artinya kinerja karyawan hotel dinilai cukup sesuai oleh konsumen dan tingkat kepuasan sebesar 3,76 yang artinya konsumen merasa cukup puas dengan kinerja Hotel Santika Premiere Semarang. Saran yang dapat diberikan sebaiknya manajemen Hotel Santika Premiere Semarang memperbaiki fasilitas *laundry* dengan cara lebih memperhatikan lagi kebersihan pencucian pakaian, kinerja petugas keamanan perlu ditingkatkan lagi dengan memperhatikan banyaknya keluhan tamu hotel tentang kinerja petugas keamanan, untuk letak mushola sebaiknya berada di dekat *lobby* hotel karena memudahkan para tamu yang ingin beribadah, melakukan renovasi pada desain bangunan dan penampilan bangunan karena kondisi ekterior Hotel Santika Premiere Semarang dirasa para tamu hotel terkesan bangunan cukup lama dibandingkan dengan hotel - hotel pesaingnya.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, hotel

## PENDAHULUAN

Era persaingan bisnis global saat ini, fokus pada konsumen adalah pilihan strategis bagi industri ataupun dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan perubahan demi perubahan salah satunya adalah semakin ketatnya persaingan usaha. Persoalan ketatnya persaingan usaha yang dimaksudkan adalah banyak perusahaan – perusahaan yang saling mengungguli di dalam penciptaan nilai lebih melalui sejumlah perbaikan kualitas pada produk atau jasanya.

Suatu produk atau jasa yang memiliki kualitas baik adalah produk atau jasa tersebut memiliki kehandalan dan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk atau jasa dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang dimiliki dari suatu produk atau jasa yang disajikan oleh perusahaan.

Pelayanan jasa yang dirasa unggul bagi konsumennya yaitu di dalam pemenuhannya dapat menciptakan suatu kepuasan, karena kepuasan yang dirasakan merupakan tercapainya harapan konsumen terhadap jasa perusahaan, namun berbanding terbalik jika konsumen yang tidak puas, hal tersebut menjadikan perusahaan mendapat citra buruk dari rekomendasi negatif yang disebarkan konsumen yang telah menggunakan jasa suatu perusahaan jasa, sebagai akibat ketidakpuasan.

Ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan perusahaan terjadi karena harapan konsumen tidak sesuai dengan apa yang didapatkannya. Ketidakpuasan adalah salah satu faktor penyebab terjadinya perpindahan merek karena konsumen yang tidak puas akan mencari informasi pilihan produk lain, dan mungkin akan berhenti membeli produk atau mempengaruhi orang lain untuk tidak membeli, maka dari itu ketidakpuasan merupakan faktor berbahaya yang dapat merugikan suatu perusahaan jasa karena dapat menyebabkan menurunnya keuntungan perusahaan. Untuk itu dalam pemenuhan layanannya, perusahaan jasa harus dengan benar memahami dan memperhatikan hal – hal yang menjadi harapan dan keinginan konsumen.

Pemenuhan harapan dan keinginan konsumen, Hotel Santika Premiere Semarang merupakan hotel yang memiliki daya tarik, dimana Hotel Santika Premiere Semarang adalah salah satu hotel berbintang empat di Kota Semarang yang menjanjikan kualitas jasa yang baik. Tidak hanya berfokus pada kualitas jasa saja, di dalam memuaskan konsumennya Hotel Santika Premiere Semarang juga memprioritaskan penyediaan fasilitas di dalam melayani tamu – tamu yang menginap di Hotel Santika Premiere Semarang. Berikut adalah fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan Hotel Santika Premiere Semarang:

Tabel 1.1  
FASILITAS DAN PELAYANAN

BENTUK FASILITAS	LOKASI	BENTUK PELAYANAN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 128 kamar; tipe <i>deluxe, executive, premiere executive, superior suite, premiere suite, dan presidential suite</i></li> <li>• Kolam renang, pusat kebugaran, dan sauna</li> <li>• Ruang pertemuan dengan kapasitas lebih dari 1000 orang</li> <li>• Tempat penyimpanan uang, <i>tea steamer</i> / kopi, dan pengering rambut di setiap ruang</li> <li>• Fasilitas telepon jaringan lokal dan internasional</li> <li>• Jaringan TV dengan fitur program Eropa, Asia, Amerika, Australia, dan Lokal</li> <li>• Tempat pakaian kotor, dan fasilitas <i>laundry</i></li> <li>• 24 jam layanan pemeriksaan kesehatan / dokter jaga</li> <li>• Fasilitas pembayaran melalui kartu kredit</li> <li>• Penyewaan mobil</li> <li>• Agen perjalanan (travel)</li> <li>• Fasilitas spa dan pijat refleksi</li> <li>• Gratis akses internet melalui <i>Wi-Fi</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi yang strategis terletak di pusat kota</li> <li>• Hotel Santika Premiere Semarang menawarkan tamu jauh lebih baik dari pada standar hotel berbintang empat</li> <li>• Hotel memiliki ruang pertemuan yang luas dan nyaman dengan kapasitas lebih dari 1000 orang</li> <li>• Lokasi hanya 20 menit dari bandara, 5 menit dari pusat perbelanjaan, dan 15 menit dari stasiun kereta api</li> <li>• Hotel juga memberikan layanan yang ramah yang mencerminkan kebudayaan Indonesia yang baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klub kesehatan hotel menawarkan kelengkapan fasilitas seperti pusat kebugaran, sauna, spa, dan pijat refleksi</li> <li>• Sauna : buka pada pukul 06.00-21.00 WIB</li> <li>• <i>Spa &amp; Massage: booking</i> terakhir pukul 21.00 WIB</li> <li>• Pusat kebugaran : buka pada pukul 06.00-21.00 WIB</li> <li>• Kolam renang : buka pukul 06.00-09.00 WIB</li> </ul>

Sumber : Hotel Santika Premiere 2013

Fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh Hotel Santika Premiere Semarang seperti pada Tabel 1.1 bahwa pada kenyataannya tidak cukup memberikan pengaruh pada jumlah konsumen pembeli jasa yaitu pada tahun 2011 penurunan sejumlah 0,71% dan tahun 2012 penurunan sejumlah 1,44%. Untuk lebih lengkapnya data dapat dilihat pada Tabel 1.2 – 1.4, sebagai berikut

Tabel 1.2  
Data Pembelian Kamar Tahun 2010

Room Type	D	E	PE	SS	PS	Pr.S	Total
Month							
January	630	141	92	52	23	3	941
February	598	126	97	17	19	7	864
March	634	137	103	28	27	2	931
April	619	129	108	52	12	3	923
Mey	644	122	93	49	17	5	930
June	612	147	103	36	20	2	920
July	556	126	86	53	13	8	842
August	567	125	79	51	25	5	852
September	772	166	137	43	15	4	1137
October	604	127	96	45	26	6	904
November	603	143	114	58	18	7	943
December	752	132	119	39	20	9	1071
Total	7591	1621	1227	523	235	61	11258

Sumber : Hotel Santika Premiere Semarang 2010

Keterangan :

D : Deluxe

E : Executive

PE : Premiere Executive

SS : Superior Suite

PS : Premiere Suite

Pr.S : Presidential Suite

Tabel 1.3  
Data Pembelian Kamar Tahun 2011

Room Type Month	D	E	PE	SS	PS	Pr.S	Total
January	561	127	109	51	23	2	873
February	623	134	115	23	12	4	911
March	607	133	85	22	25	3	875
April	629	134	73	38	15	5	894
Mey	613	140	103	33	17	7	913
June	649	146	73	42	23	4	937
July	621	119	84	45	28	2	899
August	712	184	80	37	11	3	1027
September	647	162	121	43	30	8	1011
October	652	145	96	32	13	2	940
November	646	148	101	24	22	3	944
December	618	169	118	27	16	5	953
Total	7578	1741	1158	417	235	48	11177

Sumber : Hotel Santika Premiere Semarang 2011

Keterangan :

D : Deluxe

E : Executive

PE : Premiere Executive

SS : Superior Suite

PS : Premiere Suite

Pr.S : Presidential Suite

Tabel 1.4  
Data Pembelian Kamar Tahun 2012

Room Type Month	D	E	PE	SS	PS	Pr.S	Total
January	554	140	121	37	21	6	879
February	589	149	113	43	33	4	931
March	604	137	97	38	26	3	905
April	573	128	84	29	17	5	836
Mey	613	129	105	44	13	2	906
June	563	121	103	47	25	3	862
July	608	138	99	52	19	1	917
August	701	192	118	40	24	4	1079
September	627	143	116	45	12	8	951
October	571	133	107	54	21	2	888
November	617	141	87	48	16	4	913
December	677	157	115	53	25	1	1028
Total	7297	1708	1265	530	252	43	11095

Sumber : Hotel Santika Premiere Semarang 2012

Keterangan :

D : Deluxe

E : Executive

PE : Premiere Executive

SS : Superior Suite

PS : Premiere Suite

Pr.S : Presidential Suite

Penurunan volume penjualan kamar pada Hotel Santika Premiere Semarang tersebut salah satunya dilatar belakangi oleh persaingan bisnis sejenis, *competitor* yang dihadapi oleh Hotel Santika Premiere Semarang tidak sedikit dan hanya dengan kualitas pelayanan yang sama, namun masing – masing hotel terus bersaing dalam menciptakan karakteristik yang saling mengungguli, di antaranya adalah

menciptakan fasilitas dan pelayanan – pelayanan yang terbaik di dalam memuaskan konsumen - konsumennya. Menyadari betapa pentingnya mengetahui kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas di dalam penciptaan kepuasan konsumen mengenai faktor – faktor yang mendukung keberhasilan suatu pemasaran jasa, sebagai contohnya adalah pelayanan dan penyediaan fasilitas oleh pihak Hotel Santika Premiere Semarang :

1. Makanan dan Minuman

Makanan dan minuman di sini meliputi : kualitas rasa makanan dan minuman , penyajian makanan dan minuman, keanekaragaman jenis makanan dan minuman, kebersihan makanan dan minuman.

2. Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan di sini meliputi keramahan karyawan melayani tamu, kecepatan karyawan dalam melayani tamu, kesediaan karyawan dalam membantu tamu, kedisiplinan karyawan dalam melayani tamu (berbusana dan bertingkah laku), kompetensi karyawan, ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi kepada tamu hotel, ketanggapan karyawan dalam menangani keluhan tamu hotel, serta sifat karyawan (bebas dari resiko atau keragu - raguan).

3. Kesesuaian dan Kelengkapan Fasilitas

Kesesuaian dan kelengkapan kualitas di sini meliputi, parkir kendaraan, petunjuk arah, *fitness center*, *swimming pool*, mushola, *spa and massaging*, serta akses internet *wifi*.

4. Kebersihan

Kebersihan di sini meliputi kebersihan lingkungan hotel, kamar hotel, kamar mandi dalam, kamar mandi luar, *lift*, restoran, *lobby*.

5. Interior

Interior di sini meliputi konsep ruangan dan penataan, kelengkapan perabotan dan keserasian interior hotel, dekorasi ruangan hotel, dan kelayakan interior hotel.

6. Eksterior

Eksterior di sini meliputi arsitektur atau tata bangunan hotel, serta kondisi lama bangunan hotel.

7. Petugas Keamanan

Petugas keamanan di sini meliputi kesediaan dalam membantu dan melayani tamu hotel, kedisiplinan dalam bertugas, perhatian kepada tamu hotel.

Pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan Hotel Santika Premiere Semarang kepada tamu hotel walaupun sudah dilaksanakan dengan cukup baik, namun terdapat beberapa hal yang dikeluhkan konsumen, berikut Tabel 1.5 :

Tabel 1.5  
Data Keluhan Penginap  
Hotel Santika Premiere Semarang  
Tahun 2010 - 2013

Kategori Ketidakpuasan	Tahun				Kenaikan - Penurunan (%)		
	2010	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Makanan dan Minuman	39	42	44	46	7,69	12,82	17,94
Pelayanan Karyawan	48	54	57	61	12,50	18,75	22,47
Kesesuaian dan Kelengkapan Fasilitas	34	36	38	40	5,58	11,76	17,64
Kebersihan	43	47	50	53	9,30	16,27	21,25
Interior	46	51	54	56	10,86	17,39	22,23
Eksterior	106	128	135	143	20,75	27,35	34,90
Petugas Keamanan	52	60	63	67	15,38	21,15	25,79
Total	368	418	441	466	13,59	19,84	26,63

Sumber : Data Primer Hotel Santika Premiere Semarang, 2014

Persentase keluhan konsumen terhadap kualitas jasa dan pelayanan Hotel Santika Premiere Semarang dari data tersebut terus mengalami peningkatan dan harus ada upaya peningkatan yang optimal lagi, karena ketidak puasan dapat diartikan bahwa dalam kualitas jasa dan pelayanan Hotel Santika

Premiere Semarang terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dengan pengalaman yang didapatkan konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang ada, maka pertanyaan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kesesuaian antara harapan tamu yang menginap dengan kinerja pelaksanaan pelayanan pada dimensi keandalan yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Semarang?
2. Bagaimana tingkat kesesuaian antara harapan tamu yang menginap dengan kinerja pelaksanaan pelayanan pada dimensi daya tanggap yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Semarang?
3. Bagaimana tingkat kesesuaian antara harapan tamu yang menginap dengan kinerja pelaksanaan pelayanan pada dimensi jaminan yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Semarang?
4. Bagaimana tingkat kesesuaian antara harapan tamu yang menginap dengan kinerja pelaksanaan pelayanan pada dimensi empati yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Semarang?
5. Bagaimana tingkat kesesuaian antara harapan tamu yang menginap dengan kinerja pelaksanaan pelayanan pada dimensi bukti langsung yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Semarang?
6. Bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan tamu yang menginap atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Semarang?

## **KERANGKA TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2011 : 346 – 347) untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, digunakan model SERVQUAL (*Service Quality*) yang terdiri dari lima dimensi, yaitu :

#### 1. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan karyawan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

#### 2. Daya tanggap (*responsiveness*)

Kemampuan karyawan untuk merespon setiap kebutuhan dan memberikan pelayanan secara tanggap kepada konsumen.

#### 3. Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan, kompetensi, dan sifat karyawan : karyawan bebas dari bahaya atau resiko atau keragu – ragan, sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen.

#### 4. Empati (*empathy*)

Rasa peduli dan perhatian karyawan untuk mau membantu setiap kebutuhan dan kesulitan yang dialami konsumen.

#### 5. Bukti Fisik (*tangibles*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi dan transaksi.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2008 : 136) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk atau jasa yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Rangkuti (2002: 109) bahwa untuk menguji hipotesis mengenai kepuasan konsumen pada penelitian ini digunakan diagram kartesius. Dengan menggunakan diagram cartesius akan dapat diketahui letak masing – masing posisi atribut pada keempat kuadran, yaitu :

#### a. Kudran A

Merupakan kuadran yang menyatakan bahwa elemen yang tingkat kepentingannya di atas rata – rata akan tetapi kinerja perusahaan di bawah rata – rata.

#### b. Kuadran B

Merupakan kuadran yang menyatakan bahwa elemen yang tingkat kepentingannya di atas rata – rata dan kinerja perusahaan di atas rata – rata.

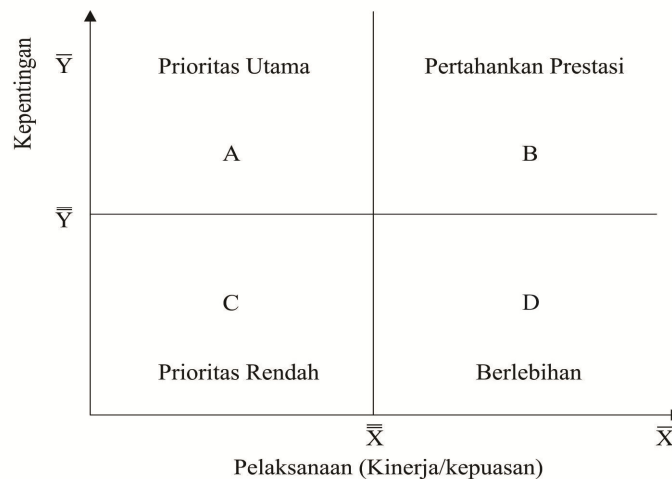
c. Kuadran C

Merupakan kuadran yang menyatakan bahwa elemen yang tingkat kepentingannya rata – rata dan kinerja perusahaan juga rata – rata.

d. Kuadran B

Merupakan kuadran yang menyatakan bahwa elemen yang tingkat kepentingannya di bawah rata – rata dan kinerja perusahaan di atas rata – rata.

Gambar 1.3  
Diagram Cartesius



**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, menurut Nawawi (2003: 64) bahwa deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah – masalah atau fenomena yang bersifat aktual (benar – benar ada) pada saat penelitian dilakukan dan cara analisis pada penelitian ini adalah dengan mendiskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya

Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive Sampling* dimana penentuan responden sebagai sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012: 117) pada, yaitu dengan mempertimbangkan kriteria sebagai berikut :

1. Merupakan pemakai jasa kamar Hotel Santika Premiere Semarang minimal 1 kali dalam setahun atau pernah menginap selama 1 x 24 jam
2. Minimal berumur 18 Tahun
3. Pernah menggunakan fasilitas *laundry* hotel
4. Beragama Islam dan pernah menggunakan mushola hotel
5. Pernah menggunakan fasilitas kolam renang hotel
6. Pernah menggunakan fasilitas internet *wifi* hotel

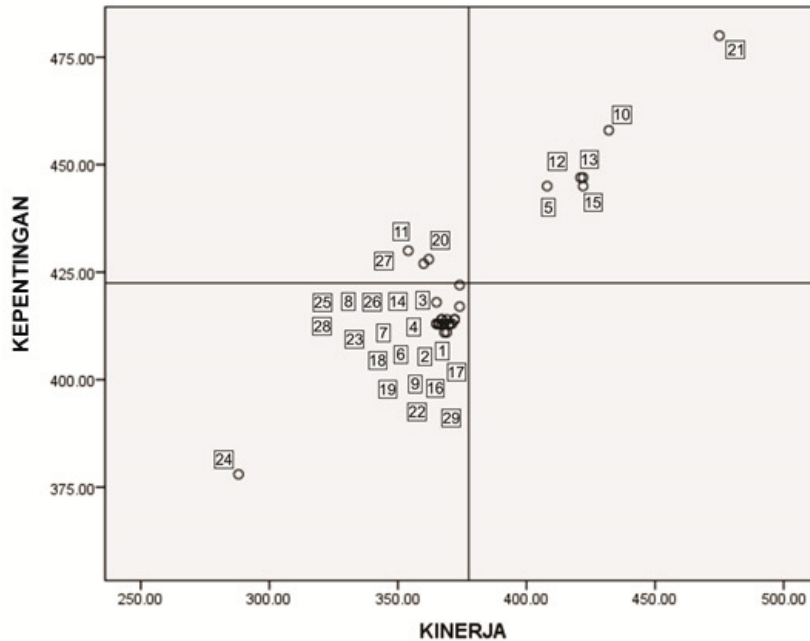
Metode analisis data yang digunakan merupakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau kepuasan konsumen atau *importance and performance analysis* (Rangkuti, 2002: 109).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik skala pengukuran Likert. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Diagram Cartesius



### 1. Kuadran A (prioritas utama)

Faktor –faktor yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu :

- Jaminan kualitas kebersihan dan kerapihan pelayanan *laundry* hotel (pertanyaan no 11).
- Kesediaan *security* (petugas keamanan) untuk menolong tamu hotel (pertanyaan no 20).
- Kondisi mushola di Hotel Santika Priemere sebagai tempat ibadah seperti : luas tempat, kebersihan, ketersediaan alat – alat shalat dan tempat berwudhu (pertanyaan no 27).

### 2. Kuadran B (pertahankan prestasi)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut pelayanan yang dianggap penting oleh tamu yang menginap di Hotel Santika Premiere dan atribut-atribut pelayanan tersebut sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh tamu yang menginap di hotel.

Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu :

- Penyajian makan pagi sesuai waktu yang telah dijadwalkan oleh Hotel Santika Premiere Semarang (pertanyaan no 5).
- Kejujuran karyawan Hotel Santika Premiere Semarang dalam melayani tamu hotel (pertanyaan no 10).
- Terjaminnya keamanan barang tamu hotel yang berada di kamar hotel (pertanyaan no 12).
- Terjaminnya keamanan kendaraan yang di parkir di Hotel Santika Premiere Semarang (pertanyaan no 13).
- Kesesuaian tagihan pembayaran sesuai dengan konsumsi tamu hotel (pertanyaan no 15).
- Lokasi Hotel Santika Premiere Semarang (pertanyaan no 21).

### 3. Kuadran C (prioritas rendah)

Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu :

- Keramahan karyawan Hotel Santika Premiere Semarang kepada tamu hotel (pertanyaan no 1).
- Kemudahan yang diberikan karyawan Hotel Santika Premiere dalam pemesanan kamar hotel (pertanyaan no 2).
- Kesesuaian tarif yang diberikan Hotel Santika Premiere Semarang terhadap fasilitas yang dijanjikan (pertanyaan no 3).



- d. Kecepatan karyawan hotel dalam memproses registrasi *check – in* (pertanyaan no 4).
  - e. Kecepatan karyawan hotel dalam mengantarkan pesanan makanan dan minuman tamu hotel (pertanyaan no 6).
  - f. Ketanggapan karyawan Hotel Santika Premiere Semarang dalam memberikan informasi seperti : tempat, waktu, dan informasi penting lainnya yang dibutuhkan tamu hotel (pertanyaan no 7).
  - g. Ketanggapan karyawan Hotel Santika Premiere Semarang dalam menangani keluhan tamu (pertanyaan no 8).
  - h. Kesigapan karyawan Hotel Santika Premiere Semarang dalam melayani kebutuhan tamu hotel (pertanyaan no 9).
  - i. Keterjaminan kualitas makanan dan minuman menu hotel (pertanyaan no 14).
  - j. Perhatian karyawan hotel kepada tamu hotel untuk memahami kebutuhan tamu tanpa memandang status sosial (pertanyaan no 16).
  - k. Kemampuan dalam menyesuaikan diri para karyawan hotel dalam berkomunikasi kepada tamu (pertanyaan no 17).
  - l. Kesopanan karyawan hotel kepada tamu hotel (pertanyaan no 18).
  - m. Kesiediaan waktu karyawan hotel dalam melayani tamu hotel (pertanyaan no 19).
  - n. Kerapian busana dan penampilan yang menarik dari karyawan Hotel Santika Premiere Semarang (pertanyaan no 22).
  - o. Kebersihan Hotel Santika Premiere Semarang meliputi lingkungan hotel (pertanyaan no 23).
  - p. Kondisi ekterior Hotel Santika Premiere (pertanyaan no 24).
  - q. Kondisi interior Hotel Santika Premiere Semarang seperti (pertanyaan no 25).
  - r. Kondisi kamar Hotel Santika Premiere Semarang beserta fasilitas (pertanyaan no 26).
  - s. Kondisi fasilitas kolam renang (pertanyaan no 28).
  - t. Kecepatan akses internet *wi – fi* Hotel Santika Premiere Semarang (pertanyaan no 29).
4. Kuadran D (berlebihan)

Tidak terdapat faktor – faktor kualitas pelayanan dalam kuadran ini.

**Tabel Rekapitulasi**

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Hasil		Tingkat Kesesuaian	Tingkat Kepuasan
		Kinerja (Xi)	Kepentingan (Yi)		
1	Keandalan	374	419	89,09%	3,74
2	Daya Tanggap	367	413	88,71%	3,67
3	Jaminan	404	441	91,37%	4,04
4	Empati	367	415	88,52%	3,67
5	Bukti Langsung	371	418	88,42%	3,71
	Rata - rata	376	421	89,22%	3,76

Sumber : Data primer yang diolah Tahun 2014

Secara keseluruhan rata-rata nilai kerja (*performance*) Hotel Santika Premiere Semarang adalah sebesar 3,76 dan masuk dalam kategori cukup puas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tamu hotel secara umum merasa cukup puas dengan kualitas pelayanan Hotel Santika Premiere Semarang. Sedangkan tingkat kesesuaian antara kepentingan atau harapan tamu dengan kinerja pelaksanaan pelayanan Hotel Santika Premiere Semarang, nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk kelima dimensi pelayanan adalah sebesar 89,22% yang berarti secara keseluruhan dinilai cukup sesuai.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan hotel memiliki hubungan terhadap kepuasan tamu hotel. Adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan tamu hotel menurut pihak penyedia jasa penginapan seperti hotel harus semaksimal

mungkin untuk menyediakan dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar tamu merasa diperhatikan dan akhirnya tercipta kepuasan tamu hotel.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh dari penelitian mengenai kelima dimensi kualitas pelayanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap kepuasan konsumen jasa hotel, maka dapat diperoleh data bahwa rata – rata tingkat kesesuaian kinerja Hotel Santika Premiere Semarang sebesar 89,22% yang berarti cukup sesuai, dan tingkat kepuasan sebesar 3,76 yang berarti cukup puas, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara umum dimensi kualitas pelayanan *reliability* pada Hotel Santika Premiere Semarang dinilai cukup sesuai hal ini ditunjukkan pada kategorisasi sebesar 89,09%, sedangkan tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel dari kinerja Hotel Santika Premiere Semarang adalah cukup puas yaitu sebesar 3,74. Jadi semakin tinggi kinerja Hotel Santika Premiere Semarang pada dimensi *reliability*, maka semakin baik kemampuan karyawan Hotel Santika Premiere Semarang untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Secara umum dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* pada Hotel Santika Premiere Semarang dinilai cukup sesuai hal ini ditunjukkan pada kategorisasi sebesar 88,71%, sedangkan tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel dari kinerja Hotel Santika Premiere Semarang adalah cukup puas yaitu sebesar 3,67. Jadi semakin tinggi kinerja Hotel Santika Premiere Semarang pada dimensi *responsiveness*, maka semakin baik kemampuan karyawan Hotel Santika Premiere Semarang untuk merespon setiap keinginan tamu hotel dan memberikan layanan secara tanggap.
3. Secara umum dimensi kualitas pelayanan *assurance* pada Hotel Santika Premiere Semarang dinilai sesuai hal ini ditunjukkan pada kategorisasi sebesar 91,37%, sedangkan tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel dari kinerja Hotel Santika Premiere Semarang adalah puas yaitu sebesar 4,04. Meskipun hasil pada dimensi *assurance* dinilai sesuai dan tingkat kepuasannya dirasa para tamu hotel puas, namun pada atribut jaminan kualitas kebersihan dan kerapihan pelayanan *laundry* hotel dirasa tidak sesuai dan tidak puas oleh para tamu hotel, yaitu kesesuaiannya sebesar 82,32% dan tingkat kepuasannya sebesar 3,54. Jadi semakin tinggi kinerja Hotel Santika Premiere Semarang pada dimensi *assurance*, maka semakin baik kemampuan pihak Hotel Santika Premiere Semarang dalam melayani tamu hotel, mencakup pengetahuan, kompetensi, jaminan kinerja karyawan bebas dari bahaya atau resiko atau keragu – ragan.
4. Secara umum dimensi kualitas pelayanan *empathy* pada Hotel Santika Premiere Semarang dinilai cukup sesuai hal ini ditunjukkan pada kategorisasi sebesar 88,52%, sedangkan tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel dari kinerja Hotel Santika Premiere Semarang adalah cukup puas yaitu sebesar 3,67. Meskipun hasil pada dimensi *empathy* dinilai cukup sesuai dan tingkat kepuasannya dirasa para tamu hotel cukup puas, namun pada atribut kesediaan petugas keamanan untuk menolong tamu hotel dirasa tidak sesuai dan tidak puas oleh para tamu hotel, yaitu kesesuaiannya sebesar 84,57% dan tingkat kepuasannya sebesar 3,62. Jadi semakin tinggi kinerja Hotel Santika Premiere Semarang pada dimensi *empathy*, maka semakin baik perhatian dan rasa peduli karyawan Hotel Santika Premiere Semarang untuk mau membantu setiap kebutuhan dan kesulitan tamu hotel.
5. Secara umum dimensi kualitas pelayanan *tangible* pada Hotel Santika Premiere Semarang dinilai cukup sesuai hal ini ditunjukkan pada kategorisasi sebesar 88,42%, sedangkan tingkat kepuasan yang dirasakan tamu hotel dari kinerja Hotel Santika Premiere Semarang adalah cukup puas yaitu sebesar 3,71. Meskipun hasil pada dimensi *tangible* dinilai cukup sesuai dan tingkat kepuasannya dirasa para tamu hotel cukup puas, namun pada atribut kondisi mushola di Hotel Santika Premiere Hotel Semarang sebagai tempat ibadah dirasa tidak sesuai dan tidak puas oleh para tamu hotel, yaitu kesesuaiannya sebesar 84,30% dan tingkat kepuasannya sebesar 3,60, serta pada atribut kondisi eksterior Hotel Santika Premiere Semarang menempati posisi nilai terendah pada kesesuaian kinerja yaitu sebesar 79,19% dan tingkat kepuasannya yaitu sebesar 2,88, sehingga dirasa para tamu hotel sangat tidak sesuai dan sangat tidak puas. Jadi semakin tinggi kinerja Hotel Santika Premiere Semarang pada dimensi *tangible*, maka semakin baik bukti langsung yang diperlihatkan pihak hotel

kepada tamu hotel sebagai upaya memuaskan tamu hotel, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

#### 4.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan kepada pihak manajemen Hotel Santika Premiere Semarang adalah sebagai berikut :

1. Jaminan kualitas kebersihan dan kerapihan pelayanan *laundry* hotel sebaiknya perlu ditingkatkan dengan cara lebih memperhatikan lagi kebersihan pencucian pakaian
2. Kinerja petugas keamanan perlu ditingkatkan lagi dengan memperhatikan banyaknya keluhan tamu hotel tentang kinerja petugas keamanan
3. Sebaiknya letak mushola berada di dekat *lobby* hotel karena memudahkan para tamu yang ingin beribadah, kelengkapan alat – alat sholat di mushola sebaiknya diperhatikan lagi, sirkulasi udara di mushola Hotel Santika Premiere Semarang perlu diperhatikan lagi agar tamu yang beribadah dapat merasa nyaman beribadah.
4. Sebaiknya Hotel Santika Premiere Semarang melakukan renovasi pada desain bangunan atau penampilan bangunan karena kondisi ekterior Hotel Santika Premiere Semarang dirasa para tamu terkesan bangunan cukup lama dan modelnya terlihat kuno dibandingkan dengan hotel - hotel pesaingnya (Hotel MG Suites Maven, Star Hotel, Hotel Horison, Oak Tree Emerland Hotel, Holiday Inn Express, dan Hotel Crowne Plaza)

#### DAFTAR REFERENSI

- Adya Barata, Atep. (2004). *Dasar – dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Herkulanus Bambang, Widanaputra, Dodik Aryanto, Ratna Sari. (2009). *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler, Phillip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Phillip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nawawi, Hadari. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Phillip Kotler dan Gary Armstrong. (2008). *Principles Marketing*. Jakarta : Erlangga.
- Phillip Kotler dan Kelvin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Ratminto dan Atik SW. (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : PustakaPelajar.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri. (1992). *Metode Pengolahan Data*. Yogyakarta : Balai Pustaka.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayu Media.
- Wiyasha, IBM. (2010). *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta : Andi.
- Marindra, Tieka. (2009). *Analisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Hotel Paku Mas Yogyakarta)*, **SKRIPSI S1 Jurusan Admisnistrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNDIP. Semarang.**
- Barata, Andra. (2013). *Analisis Tingkat Kepuasan Tamu Yang Menginap Atas Kualitas Pelayanan Pati Hotel di Kota Pati*, **SKRIPSI S1 Jurusan Admisnistrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNDIP. Semarang.**