

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI PONDOK SERRATA HOTEL SEMARANG

Nurokti Diana Luthfi¹, Apriatni EP², Agung Budiarmo³
Email : nuroktid@gmail.com

Abstract : Pondok Serrata Hotel survive in the midst competition by understand the wants and needs of consumers. Consumers have the factors in deciding which hotel that will be a choice, such as service quality and pricing. Existing problems is the competition among hotels in Semarang are very tight caused Pondok Serrata Hotel's room occupancy rate wasn't able to achieve the target. Type of research is explanatory research. Collecting data using questionnaires distributed to 100 respondents who are the decided visitors to stay in. Selection respondents using purposive sampling with accidental method. Data analysis consisted of validity, reliability, crosstabulation, correlation, coefficient of determination, simple and multiple linear regression, t test, F test using SPSS for Windows 16.0. This study concludes, service quality of Serrata Hotel perceived good, the price was quite attractive and the consumer's decision to stay in was high. Service quality and price have positive, significant influence to the consumer's decision to stay in either partially or simultaneously. Price gives bigger influence to the consumer's decision to stay in rather than service quality. Suggestions can be submitted are need to regulate the strategies of parking area, increase the variety of restaurant menus, reevaluating pricing policy (discounts) so can attract consumers.

Keywords : consumer's decision to stay; service quality; price

Abstraksi : Pondok Serrata Hotel berusaha bertahan di tengah persaingan dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya. Konsumen memiliki faktor dalam memutuskan jasa hotel yang mereka pilih, antara lain kualitas pelayanan dan penetapan harga. Permasalahan yang ada, persaingan antara hotel-hotel di Kota Semarang yang ketat menyebabkan *room occupancy rate* Serrata Hotel tidak dapat mencapai target yang diinginkan bahkan mengalami penurunan setiap tahunnya. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner pada 100 responden yang merupakan pengunjung Pondok Serrata Hotel yang memutuskan menginap. Pemilihan responden menggunakan teknik *purposive sampling* dengan cara *accidenta*. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, tabulasi silang, uji korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F menggunakan program SPSS for Windows 16.0. Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas pelayanan Pondok Serrata Hotel dipersepsikan baik, harga cukup menarik dan keputusan konsumen untuk menginap tinggi. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif, signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap secara parsial maupun simultan, dimana variabel harga memberikan pengaruh lebih besar terhadap keputusan konsumen untuk menginap daripada kualitas pelayanan. Saran yang disampaikan adalah Hotel perlu mengatur strategi tata ruang *parking area*, menambah variasi menu restoran dan mengevaluasi kembali kebijakan harga dengan meningkatkan frekuensi pemberian diskon yang menarik konsumen.

Kata Kunci : keputusan konsumen menginap; kualitas pelayanan; harga

1. Pendahuluan

Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan dari pengunjung merupakan poin penting dalam bidang perhotelan. Dalam persaingan yang ketat saat ini, permintaan konsumen semakin beragam sehingga hotel yang ingin bertahan di tengah persaingan harus mampu mengatur strategi yang tepat agar menjadi pilihan konsumen.

Hotel dapat menerapkan strategi pemasarannya berdasarkan bauran pemasaran jasa. Kualitas pelayanan dan harga merupakan bauran yang sering diperhatikan oleh konsumen saat menentukan

¹ Nurokti Diana Luthfi, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

² Apriatni EP, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

³ Agung Budiarmo, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

hotel yang akan menjadi pilihannya. Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2008:85) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan sesuai dengan ekspektasi pengunjung. Kualitas pelayanan harus dimulai dengan identifikasi kebutuhan pengunjung dan berakhir dengan kepuasan serta persepsi positif. Harga yang juga menjadi penentu dalam suatu keputusan karena harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa (Swastha, 2002:47).

Pondok Serrata Hotel Semarang akhir-akhir ini mengalami penurunan tingkat hunian secara terus-menerus dalam tiap tahun. Dari data yang diperoleh Room Occupancy Rate tahun 2011-2014 turun secara signifikan. Hal ini tidak terlepas dari adanya sebagian besar pengunjung yang mengeluhkan hal-hal yang terkait dengan dimensi kualitas pelayanan seperti fasilitas hotel, serta kemampuan karyawan saat melayani. Selain itu, para pengunjung juga mengeluhkan bahwa sejumlah harga yang mereka korbankan ternyata kurang sesuai dengan jasa yang mereka dapatkan.

Hotel tetap berusaha melakukan evaluasi yang berhubungan dengan pelayanan guna mengatasi permasalahan yang timbul, penetapan harga disesuaikan dengan adanya penggantian maupun penambahan fasilitas hotel yang lebih baik, selain itu tenaga kerja yang dimiliki Pondok Serrata Hotel adalah tenaga kerja yang profesional dalam bidang perhotelan.

Upaya untuk memperbaiki permasalahan telah dilakukan, tetapi pada kenyataannya target tingkat hunian tetap saja belum dapat dicapai karena beberapa faktor yang mempengaruhi pengunjung salah satunya kualitas pelayanan dan harga, sehingga tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Pondok Serrata Hotel Semarang.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap harga yang diterapkan di Pondok Serrata Hotel Semarang.
3. Untuk mengetahui keputusan konsumen untuk menginap di Pondok Serrata Hotel Semarang.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Pondok Serrata Hotel Semarang.
5. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Pondok Serrata Hotel Semarang.
6. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Pondok Serrata Hotel Semarang.

2. Kajian Teori

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pengunjung atas layanan yang mereka terima (Lupioadi, 2006:181).

Menurut Tjiptono (1997:132), pelayanan pengunjung tersebut terdiri dari :

- Pelayanan sebelum transaksi seperti informasi mengenai jasa yang ditawarkan.
- Pelayanan pada saat transaksi seperti fasilitas pelayanan yang diberikan.
- Pelayanan sesudah transaksi seperti penanganan keluhan

Kualitas pelayanan sebagai nilai, kekuatan dan kelemahan suatu pelayanan yang berasal dari perspektif orang-orang setelah menggunakan suatu jasa dan menaruh harapan saat menggunakan jasa tersebut (Usmara, 2003:231). Nilai yang didefinisikan oleh pelanggan dapat terbentuk melalui dimensi kualitas pelayanan yang diberikan Hotel seperti keandalan yang dimiliki Hotel, daya tanggap yang dimiliki karyawan Hotel, jaminan yang membuat pengunjung percaya saat menginap, empati atau komunikasi yang dijalin dengan baik serta fasilitas fisik yang disediakan oleh Hotel.

Harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2000:151). Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai ketika harga dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk/jasa. Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula, demikian pun sebaliknya.

Dalam Tjiptono (1997:152), harga memiliki dua peranan dalam pengambilan keputusan :

- Peranan alokasi dari harga, yaitu pengunjung membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- Peranan informasi dari harga, yaitu persepsi yang sering berlaku bahwa harga mencerminkan kualitas yang akan didapatkan.

Keputusan Konsumen untuk Menginap

Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk/jasa, sebelum transaksi dilakukan terdapat proses-proses yang terjadi dan senantiasa menyertai setiap proses keputusan pembelian yaitu pertimbangan-pertimbangan (Kotler, 2003:227).

Tahap-tahap proses keputusan pembelian meliputi : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Menurut Swastha (2002:110) ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan antara lain : faktor pengalaman sebelumnya, faktor minat konsumen, faktor resiko, faktor sendiri/situasi khusus dan faktor pandangan sosial.

3. Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory* yang bermaksud menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, dan termasuk dalam penelitian asosiatif / hubungan yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. (Sugiyono, 2010:11)

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang memutuskan menginap di Pondok Serrata Hotel Semarang. Jumlah sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* secara *accidental sampling*. *Purposive sampling* yaitu menggunakan syarat tertentu seperti : (1) pengunjung hotel yang sedang menginap (2) pengambil keputusan (3) telah menginap minimal dua kali dalam satu tahun (4) dapat diwawancarai, secara *accidental* yaitu penunjukkan sampel secara tidak direncanakan dan memenuhi kriteria penentuan sampel penelitian.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup, dengan skala pengukuran likert dari 1-5. Teknik analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows versi 16.0 yang terdiri dari : uji validitas, uji reliabilitas, tabulasi silang, uji korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F).

4. Hasil

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS for Windows versi 16.0. Berikut rekapitulasi hasil yang diperoleh :

Tabel 1
Rekapitulasi Hasil Analisis Data

Uji Hipotesis	Koefisien Regresi	Korelasi (R)	Koefisien Determinasi (R Square)	t / F hitung	Sig	Kesimpulan
$X_1 \rightarrow Y$	0,112	0,514	26,4%	5,930	0,00	Ho ditolak, Ha diterima
$X_2 \rightarrow Y$	0,657	0,553	30,5%	6,564	0,00	Ho ditolak, Ha diterima
$X_1, X_2 \rightarrow Y$	0,064 (X_1) 0,457 (X_2)	0,602	36,2%	27,565	0,00	Ho ditolak, Ha diterima

Sumber : Data primer yang telah diolah, (2015)

Berdasarkan tabel 1, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan Pondok Serrata Hotel (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y), dibuktikan oleh koefisien regresi sebesar 0,112. Korelasi sebesar 0,514 artinya hubungan keduanya sedang. Koefisien determinasi sebesar 26,4% yang berarti 26,4% variabel keputusan konsumen untuk menginap dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan hotel. Hasil uji regresi linier sederhana, memperlihatkan nilai t hitung sebesar (5,930) > t tabel (1,9845), sehingga **hipotesis pertama** yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y)” **diterima**.

Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y), dibuktikan oleh koefisien regresi sebesar 0,657. Korelasi sebesar 0,553 artinya hubungan keduanya sedang. Koefisien determinasi sebesar 30,5% yang berarti 30,5% variabel keputusan konsumen untuk menginap dapat dijelaskan oleh variabel harga. Hasil uji regresi linier sederhana, memperlihatkan nilai t hitung sebesar (6,564) > t tabel (1,9845), sehingga **hipotesis kedua** yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_2) terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y)” **diterima**.

Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y), dibuktikan oleh koefisien regresi sebesar 0,064 dan 0,457. Korelasi sebesar 0,602 artinya hubungan ketiganya kuat. Koefisien determinasi sebesar 36,2% yang berarti 36,2% variabel keputusan konsumen untuk menginap dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga yang menyertainya. Hasil uji regresi linier berganda, memperlihatkan nilai F hitung sebesar (27,565) > F tabel (3,09), sehingga **hipotesis ketiga** yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y)” **diterima**.

5. Pembahasan

Setiap proses pengambilan keputusan, konsumen selalu melewati tahap pencarian informasi. Dalam memutuskan memilih hotel, hal penting yang selalu menjadikan pertimbangan saat pencarian informasi adalah kualitas pelayanan serta harga yang menyertainya.

Kualitas pelayanan yang diberikan Pondok Serrata Hotel dipersepsikan baik, meskipun terdapat indikator yang masih belum tergolong baik, seperti tempat parkir yang disediakan, variasi menu restoran hotel, kondisi penerangan hotel, kemampuan, inisiatif dan perhatian yang ditunjukkan karyawan pada pengunjung, dan kurangnya keragaman fasilitas. Terdapat hubungan yang searah,

yaitu semakin baik kualitas pelayanan maka keputusan konsumen untuk menginap juga semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan Berry dalam Tjiptono (2006:83) bahwa apabila persepsi yang dihasilkan negatif karena harapan atas kualitas pelayanan perusahaan atau hotel tidak terpenuhi, persepsi pelanggan buruk sehingga memilih perusahaan atau Hotel lain dan sebaliknya bila harapan pelanggan terpenuhi, maka akan menimbulkan persepsi positif dan memperkecil kemungkinan pelanggan mencari perusahaan atau Hotel lain.

Penetapan harga dipersepsikan cukup menarik, namun terdapat responden yang menyatakan harga yang ditetapkan belum menarik. Hal ini karena kebijakan harga seperti diskon dan bonus yang jarang diberikan kepada konsumen. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat hubungan searah yaitu jika penetapan harga semakin menarik maka keputusan konsumen untuk menginap juga akan semakin tinggi. Sejalan dengan Lupiyoadi dan Hamdani (2006:99) bahwa harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai ketika harga dihubungkan dengan manfaat yang akan dirasakan pengunjung. Jika manfaat meningkat maka nilainya akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Bila dalam memperoleh manfaat mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya lebih besar dibanding manfaat yang diterima, jasa akan dinilai negatif, konsumen akan menganggap jasa yang diberikan buruk dan akan mengurangi frekuensi konsumsi jasa.

Keputusan konsumen untuk menginap tergolong tinggi, walaupun indikator tingkat prioritas Serrata Hotel sebagai pilihan menginap dan keinginan responden merekomendasikan hotel tersebut masih tergolong rendah, karena responden memiliki alternatif pilihan hotel lain untuk menginap yang kualitas pelayanan maupun harga yang ditawarkan lebih menarik.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa harga memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen untuk menginap. Meskipun kualitas pelayanan kurang dominan, variabel kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan variabel harga perlu ditingkatkan. Penetapan harga harus menarik dan dibarengi dengan kesesuaian kualitas pelayanan yang diberikan agar konsumen mempersepsikan positif dan tertarik untuk mengulang menginap di masa yang akan datang. Hal ini diperkuat oleh teori Kotler (2000:122) yang menyatakan jika harga tidak sesuai dengan nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan, maka konsumen akan membeli produk/jasa yang lebih baik yang ditawarkan oleh pihak lain.

6. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan :

1. Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y) secara parsial adalah signifikan dan positif. Dari nilai koefisien determinasi terlihat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap sebesar 26,4%.
2. Pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y) secara parsial adalah signifikan dan positif. Dari nilai koefisien determinasi terlihat bahwa harga mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap sebesar 30,5%.
3. Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan konsumen untuk menginap (Y) secara simultan adalah positif dan signifikan. Dari nilai koefisien determinasi terlihat bahwa kedua variabel tersebut mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap sebesar 36,2%.

Saran

Adapun saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Pondok Serrata Hotel perlu mengatur strategi tata ruang area parkir dengan mengutamakan pengunjung yang menginap untuk parkir dekat dengan pintu masuk hotel, Hotel juga perlu menambah variasi menu restoran sesuai dengan segmen yang dituju.

2. Penetapan harga yang lebih menarik untuk hari kerja maupun hari libur dan meningkatkan frekuensi pemberian diskon atau bonus yang lebih menarik.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat membahas lingkup yang lebih luas mengenai variabel yang merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Daftar Referensi

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke Delapan. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip & Armstrong. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lupioadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books.