

stivani.pdf

by Sanosra Abadi

Submission date: 06-Nov-2020 09:27PM (UTC+0800)

Submission ID: 1437982216

File name: stivani.pdf (191.99K)

Word count: 4258

Character count: 27759

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso

Stivani Yanti Atmanegara, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, Abadi Sanosra

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: dwicahyono@unmuhjember.ac.id, nurulqomariah@unmuhjember.ac.id,
Abadi@unmuhjember.ac.id

Diterima : Mei 2019 ; Dipublikasikan Juni 2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ijen View Bondowoso. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel Ijen View Bondowoso. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data yang diperoleh dapat akurat sesuai dengan perhitungan statistik. Analisis data diolah dengan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan koefisien pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,42 dengan nilai $p < 0,01$. Koefisien pengaruh variabel citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,08 dengan nilai $p > 0,20$. Koefisien pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah 0,26 dengan nilai $p < 0,01$.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, citra perusahaan, lokasi, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of service quality, company image and location on customer satisfaction at the Ijen View Bondowoso Hotel. The study population was all customers of the Ijen View Bondowoso hotel. The sample used was 100 respondents. This research is a quantitative study using data obtained that can be accurate in accordance with statistical calculations. Data analysis is processed using path analysis. The results showed the coefficient of influence of service quality variables on customer satisfaction by 0.42 with a value of $p < 0.01$. The coefficient of influence of corporate image variables on customer satisfaction is 0.08 with a p value of 0.20. The coefficient of influence of location variables on customer satisfaction is 0.26 with a p value < 0.01 .

Keywords: service quality, company image, location, customer satisfaction and customer loyalty

PENDAHULUAN

Dewasa ini, persaingan dalam industri jasa di Indonesia semakin ketat. Hal ini tidak lepas dari banyaknya pemain atau perusahaan baik besar maupun kecil yang berkecimpung di dalam industri tersebut. Peran industri jasa sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diukur berdasarkan kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB). Sektor jasa merupakan sektor penyumbang PDB terbesar setelah sektor manufaktur di Indonesia.

Sektor jasa hotel, restoran, dan perdagangan memberikan sumbangan terbesar terhadap total pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III-2019 dengan kontribusi pertumbuhan sebesar 4 persen (BPS, 2019). Data ini menunjukkan bahwa sektor industri di bidang jasa terutama hotel dan restoran mengalami pertumbuhan yang didorong oleh semakin meningkatnya penggunaan dan pemanfaatan jasa oleh konsumen. Peningkatan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku dalam industri yang mereka jalankan.

Indonesia memiliki banyak industri dibidang jasa, salah satunya adalah industri perhotelan. Hotel adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran (www.budpar.go.id). Bisnis perhotelan telah banyak mengalami perubahan pada masa sekarang ini. Produk berupa jasa-jasa yang ditawarkan oleh sebuah hotel antara lain : pelayanan kamar, MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition), restaurant, swimming pool, fitness centre dan weeding party. Industri hotel dan restoran nasional diprediksi akan tumbuh sekitar 8% pada tahun 2020. Pertumbuhan itu didorong oleh makin banyaknya wisatawan mancanegara dan domestik yang menggunakan jasa hotel dan restoran sebagai pelengkap perjalanan mereka (www.seputar-indonesia.com).

Kabupaten Bondowoso adalah sebuah kabupaten yang terletak didaerah propinsi Jawa Timur. Kabupaten Bondowoso memiliki luas wilayah yang mencapai sekitar 1560 km². pembagian daerah administrative dari kabupaten Bondowoso terdiri dari 23 kecamatan, yang didalamnya meliputi 10 kelurahan, dan 209 desa. Jumlah populasi penduduk yang ada diwilayah kabupaten Bondowoso adalah sekitar 756.989 jiwa yang tercatat pada tahun 2014 oleh BPS. dari jumlah penduduk tersebut terbagi menjadi 368.505 penduduk laki laki dan 388.484 penduduk perempuan. Kota Bondowoso memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan, diantaranya adalah objek wisata alam pegunungan dan objek wisata air terjun. Disamping itu, udaranya yang sejuk dan berkembangnya industri kuliner serta factory outlet membuat Kota Bondowoso berpotensi besar untuk menjadi kota kunjungan para wisatawan. Salah satu sarana penunjang sektor pariwisata adalah sarana akomodasi. Kota Bondowoso memiliki sarana untuk memenuhi akomodasi para wisatawan berupa penyediaan jasa perhotelan. Beberapa pelaku dalam Industri perhotelan berbintang di Kota Bondowoso dapat dilihat pada tabel 1. Pada tabel 1. nama Hotel Ijen View Bondowoso menempati posisi kelas kedua. Hotel Ijen View yang ada dikota Bondowoso ini terletak di pusat kota, dekat dengan area perkantoran, kampus, pasar, tempat wisata dan memiliki 65 kamar dengan klasifikasi Suite, Deluxe, Premium, Superior, Ekonomi. Hotel Ijen View ini dirancang untuk kelas menengah. Fasilitas yang dimilikinya mengacu pada hotel berbintang. Beberapa fasilitas seperti view21 ballroom yang difungsikan untuk melayani medium dan big event, hot spot wifi, kolam renang dengan konsep alam, spa,

out bond, children play ground, restoran yang menawarkan cita rasa lezat dan panggung musik untuk memanjakan mereka yang menginap.

Tabel 1.
Daftar Hotel di Kota Bondowoso

No	Nama Hotel	Kelas
1	Grand Padis	Hotel bintang 5
2	Ijen View dan Resort	Hotel bintang 3
3	Anugerah	Melati
4	Baru	Melati
5	Grand	Melati
6	Melati	Melati
7	Palm	Melati
8	Panorama 18	Melati
9	Slamet	Melati
10	Kinanti	Melati
11	Wisata Asri	Melati
12	Wisata Ijen	Melati
13	Arabica Homestay	Rumah penginapan
14	Catimore Home stay	Rumah penginapan
15	Guest house	Rumah penginapan
16	Rumah Istirahat Sementara (RIS)	Rumah penginapan

Sumber : www.brrrwisata.com

Banyaknya hotel yang ada di Bondowoso harus merencanakan program perbaikan kualitas layanan jasa yang diberikan dengan mempertimbangkan gap antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang dirasakan. Dengan adanya perubahan layanan yang diberikan maka hotel diharapkan akan maju pesat jika menciptakan kepuasan melalui produk maupun jasa yang diberikan. Salah satu faktor yang dipertimbangkan masyarakat ketika akan memilih hotel adalah tuntutan terhadap hotel apakah bisa memuaskan konsumen. Maka dari itu hotel benar benar dituntut agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan tuntutan dan harapan pelanggan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler and Amstrong 2008). Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu produk sebagai akhir dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan terhadap produk tersebut. Kepuasan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran, karena tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler 2007). Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap pembelian (Qomariah 2016). Faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan, antara lain : kualitas layanan, citra perusahaan dan lokasi. Penelitian sebelumnya seperti (Sutrisno, Cahyono, and Qomariah 2017), (Setyawati, Rifai, and Sasmito 2018), (Mulyawan and Rinawati 2016) melakukan penelitian yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Citra perusahaan juga harus diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan (Lupiyoadi

2013). Penelitian yang dilakukan (Qomariah 2012), (Qomariah 2018), (Qomariah 2018), (Djanas 2016), (Saputra 2013) menghubungkan variabel citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan.

Lokasi juga faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Perusahaan yang mempunyai lokasi strategis akan memberikan kenyamanan kepada pelanggan untuk mengakses produk atau jasa dari perusahaan tersebut (Qomariah 2016). Lokasi merupakan tempat dimana suatu perusahaan melakuakn kegiatan bisnis (Kotler 2007). Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Menurut (Tjiptono and Candra 2012) pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut : akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah. Dari latar belakang dan penjelasan riset terdahulu serta teori yang mendasari maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ijen View Bondowoso.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

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(Lupiyoadi 2013). Goetsh dan Davis mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono and Candra 2012). Sedangkan Deming dan Juran dkk sebagaimana dikutip oleh Ghobadian et al, memberi batasan kualitas sebagai upaya memuaskan konsumen (Mowen and Minor 2001).

Kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit (Kotler 2007). Sedangkan definisi kualitas menurut (Kotler and Armstrong 2008) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinvatakan atau yang tersirat. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat intangible, yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi 2013).

Citra Perusahaan

Keinginan sebuah organisasi untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan. Ketepatan pengertian citra agar organisasi dapat menetapkan upaya dalam mewujudkan pada obyek dan mendorong prioritas pelaksanaan.

Menurut (Kotler 2007) citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu obyek. Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan (Mowen and Minor 2001). Citra perusahaan adalah

citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja (Tjiptono and Candra 2012). Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggungjawab sosial, komitmen mengadakan riset, sebagainya.

Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Kotler 2007). Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja (Lupiyoadi 2013). Tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya (Qomariah 2016). Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Tjiptono and Candra 2012). Lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal". Pemilihan lokasi menurut Alma (2003) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler 2007). Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu produk sebagai akhir dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan terhadap produk tersebut. Kepuasan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran, karena tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap pembelian.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang sudah dibangun menjadi model penelitian. Tahapan proses penelitian yang dilakukan peneliti dimulai dari penelitian awal untuk menggali masalah yang ada pada objek penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan studi pustaka untuk menggali landasan teoritis dan hasil-hasil kajian empiris pada penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai dasar membangun model penelitian. Setelah itu dilanjutkan observasi dan interview di lapangan, pengumpulan data melalui kuesioner, setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis dan diambil kesimpulan (Sugiyono 2010).

Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu tiga variabel bebas (independent), yaitu kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2), lokasi (X3) dan kepuasan pelanggan (Z), sedangkan satu variabel tergantung (dependent), yaitu loyalitas pelanggan

(Y). Untuk memberikan gambaran, pengertian dan batasan yang jelas tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, berikutnya dijabarkan Identifikasi variabel penelitian:

1. Kualitas pelayanan (X1) yaitu: Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh di Hotel Ijen View Bondowoso. Pengukuran indikator kualitas pelayanan terdiri dari: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness/ ketanggapan , assurance (jaminan dan kepastian), empaty
2. Citra perusahaan (X2) yaitu: citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggungjawab sosial, komitmen mengadakan riset, sebagainya". Pengukuran indikator citra perusahaan terdiri dari: personality, reputation, value, corporate identity.
3. Lokasi (X3) yaitu: adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya". Pengukuran indikator lokasi terdiri dari: visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas , dan lingkungan .
4. Kepuasan konsumen (Y)
Variabel Intervening adalah variabel yang bersifat menjadi perantara (sarana) dari hubungan variabel bebas ke variabel tergantung, (Solimun,2002:3) sifatnya dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh terhadap variabel tergantung. Pada penelitian ini variabel antaranya ada 1, dan di notasikan dengan Z , yaitu : Keunggulan bersaing (Z). Variabel Endogen adalah variabel akibat atau konsekuensi, yaitu variabel yang di pengaruhi variabel eksogen dan variabel intervening tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan yang diharapkan". Pengukuran indikator kepuasan konsumen terdiri dari: harga, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Umar 2005). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 pengguna jasa Hotel Ijen View Bondowoso.

Teknik Pengujian Data

Dalam penelitian ini pemerolehan data berupa penyebaran kuesioner kepada responden. Uji instrumen adalah suatu alat ukur yang baik harus memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, karena alat ukur yang tidak reliabel atau tidak valid akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subyek atau model dikenai tes validitas item adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (Ghozali 2005).

Analisis Jalur (Path Analysis)

Teknik analisis jalur digunakan untuk melihat pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung variable independen terhadap variable dependen (Sugiyono 2010). Penentuan pengaruh dilakukan dengan melihat besarnya koefisien yang dimiliki setiap jalur yang memiliki hubungan kausal. Dalam hal ini variable X1 dan X2 terhadap Y dan dampaknya terhadap Z. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam teknik analisis jalur adalah Pengembangan Model Berbasis Teori. Pada tahap ini penyusunan model didasarkan pada rumusan masalah dan dijustifikasi dengan teori serta logika berpikir yang bagus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Evaluasi model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk dengan indikatornya, dibagi menjadi dua (2) yaitu convergent validity dan discriminant validity. Convergent validity dapat dievaluasi melalui tiga (3) tahap, yaitu: indikator validitas, reliabilitas konstruk, dan nilai average VIF (AVVIF). Sedangkan discriminant validity dapat dilalui melihat nilai cross loading. Berdasarkan hasil output dapat disimpulkan bahwa korelasi masing masing konstruk dan indikator variabel dengan nilai cross loading diatas 0,5, hal ini dapat dilihat dari nilai SE yang keseluruhan lebih besar dari 0,5 dan nilai p value < 0,001. Sehingga konstruk memenuhi kriteria discriminant validity, dimana seluruh konstruk laten memprediksi indikator mereka lebih besar dari 0,5 dan p value <0,01.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan menggunakan software Warp PLS 5.0 ditunjukkan dengan nilai Composite Reliability dan cronbach's alpha (Ghozali 2005). Berdasarkan tabel diatas, hasil tersebut menunjukkan composite reliability yang memuaskan dari masing – masing variabel , yaitu kualitas pelayanan (0,858), citra perusahaan (0,774), lokasi (0,752), kepuasan konsumen (0,835), loyalitas pelanggan (0,904). Hasil dari cronbach's alpha juga menunjukkan hasil yang baik, yaitu kualitas pelayanan(0,789), citra perusahaan (0,611), lokasi (0,562), kepuasan konsumen (0,749) dan loyalitas pelanggan (0,859). Dapat disimpulkan bahwa masing – masing konstruk memiliki reliability yang tinggi dimana hal ini dapat dilihat dari nilai composite reliability dan cronbach's alpha seluruh konstruk lebih besar dari 0.70.

Uji Hipotesis

Untuk mengevaluasi hubungan struktural antar variabel laten, harus dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien jalur antara variabel dengan membandingkan angka p – value dengan p value 0,01. Besarnya p – value diperoleh dari output pada WarpPLS 5.0. Pengujian hipotesis ini juga dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran dugaan penelitian yang terdiri dari 3 hipotesis. Adapun hasil dari uji hipotesis adalah :

1. Koefisien pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,42 dengan nilai $p < 0,01$. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen signifikan karena nilai P lebih kecil dari 0,05.
2. Koefisien pengaruh variabel citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,08 dengan nilai $p = 0,20$. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen tidak signifikan karena nilai p lebih besar dari 0,05.

3. Koefisien pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah 0,26 dengan nilai $p < 0,01$. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen signifikan karena nilai p lebih kecil dari 0,05.

Nilai R^2 variabel kepuasan konsumen 0,35 hal ini menunjukkan bahwa variansi variabel kepuasan konsumen sebesar 35 % dapat dijelaskan oleh variansi variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi. Nilai R^2 variabel loyalitas pelanggan adalah 0,68 hal ini menunjukkan bahwa variansi variabel loyalitas pelanggan sebesar 68% dapat dijelaskan oleh variansi variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, lokasi dan kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak yang lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Hal ini disebabkan adanya aspek aspek yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa di Hotel Ijen View Bondowoso. Aspek aspek kualitas pelayanan tersebut diantaranya adalah : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji penelitian adalah koefisien pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,42 dengan nilai $p < 0,01$. Hasil ini signifikan karena lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hasil penelitian mendukung hipotesis 1 yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan konsumen pengguna jasa di Hotel Ijen View Bondowoso.

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggungjawab sosial, komitmen mengadakan riset. Aspek aspek

Hasil uji penelitian adalah koefisien pengaruh variabel citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,08 dengan nilai $p > 0,20$. Hasil ini tidak signifikan karena lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan hasil penelitian menolak hipotesis 2 yaitu tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen karena pelanggan merasa puas dengan hotel Ijen View Bondowoso dari segi produk dan jasa tetapi tidak dipengaruhi oleh citra perusahaan / citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan lebih mengutamakan pelayanan dan kenyamanan di hotel (tidak memperhatikan image).

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang paling ideal bagi perusahaan adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah/ serendah. Aspek aspek lokasi tersebut diantaranya adalah : visibilitas, lalu lintas, tempat paker dan lingkungan.

Hasil uji penelitian adalah koefisien pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah 0,26 dengan nilai $p < 0,01$. Hasil ini signifikan karena lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hasil penelitian mendukung hipotesis 3 yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen sehingga semakin strategis dan mudah terjangkau lokasi hotel maka akan semakin banyak pengguna jasa hotel yang akan berkunjung dan merasa puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan konsumen pengguna jasa di Hotel Ijen View Bondowoso. Terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen karena pelanggan merasa puas dengan hotel Ijen View Bondowoso dari segi produk dan jasa tetapi tidak dipengaruhi oleh citra perusahaan / citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan lebih mengutamakan pelayanan dan kenyamanan di hotel (tidak memperhatikan image). Terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen pelanggan sehingga semakin strategis dan mudah terjangkau lokasi hotel maka akan semakin banyak pengguna jasa hotel yang akan berkunjung dan merasa puas.

Penelitian ini memberikan masukan bagi manajemen Hotel Ijen View Bondowoso untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan melalui pelatihan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal tersebut penting dikarenakan kualitas pelayanan terutama kemampuan karyawan hotel Ijen View Bondowoso yang dapat diandalkan, sikap ramah karyawan, tatanan tempat yang rapi, ketersediaan fasilitas umum, perhatian karyawan mampu meningkatkan kepuasan konsumen pengguna jasa hotel ijen view bondowoso.

Citra mempunyai pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen pengguna jasa hotel Ijen View Bondowoso, akan tetapi pihak manajemen hotel ijen perlu memperhatikan variabel citra perusahaan karena variabel ini paling kecil pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen adalah sebesar 0,20 secara langsung dan tidak langsung pengaruhnya sebesar 0,233. Tindakan yang mungkin dilakukan oleh pihak manajemen hotel ijen view bondowoso adalah perlu meningkatkan lagi pelayanan dan keamanan sehingga Hotel ijen view bondowoso menjadi andalan bagi konsumen sebagai tempat penginapan yang aman dan nyaman.

Lokasi mempunyai pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa hotel Ijen View Bondowoso, akan tetapi pihak manajemen hotel ijen perlu memperhatikan variabel lokasi karena variabel ini paling kecil pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,15 secara langsung Tindakan yang mungkin dilakukan oleh pihak manajemen hotel ijen view bondowoso adalah menyediakan tempat

yang lebih luas lagi terutama di bagian tempat parkirnya yang masih kurang luas guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang akan datang dapat menggunakan variabel penelitian yang sama dengan cakupan objek penelitian yang lebih luas atau membandingkan antara satu hotel dengan hotel yang lain, atau menggunakan model penelitian lain seperti menambahkan variabel harga dan kemudahan mendapatkan pelayanan.

DAFTAR REFERENSI

- Djanas, Asmiati. 2016. "Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan." JSM (Jurnal Sains Manajemen) Program V(2): 184–92.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Edisi Kelima Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C, and Michel Minor. 2001. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Mulyawan, Ali, and Rinawati. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikainya Pada Loyalitas Mahasiswa." 10(2): 119–31.
- Qomariah, Nurul. 2012. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan." Jurnal Aplikasi Manajemen 10(177–187).
- . 2016. Marketing Adactive Strategy. Jember: Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY.
- . 2018. "Impact of Customer Value, Brand Image and Product Attributes to Satisfaction and Loyalty Tourism Visitors in Jember Regency." Mediterranean Journal of Social Sciences 8(5–1): 129–35.
- Saputra, Falla Ilhami. 2013. "Kualitas Layanan , Citra Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya)." Aplikasi Manajemen 11(3): 445–57.
- Setyawati, Widya Agustin, Muhammad Rifai, and Chyo Sasmito. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien." Madani, Jurnal Politik dan Sosial kemasyarakatan 10(2): 50–63.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, Dwi Cahyono, and Nurul Qomariah. 2017. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA." Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia 7(2): 157-74.

Tjiptono, Fandy, and Gregorius Candra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.

Umar, Husien. 2005. Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.