

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS JASA, KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
WYNDHAM HOTEL
DI PALEMBANG**



Disusun Oleh :

Widia Gunawan

1822200048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2022**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data
Palembang**

Program Studi Manajemen

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Gasal Tahun 2022/2023

**PENGARUH KUALITAS JASA, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA WYNDHAM HOTEL
DI PALEMBANG**

Widia Gunawan

1822200048

Abstrak

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk melihat pengaruh antara kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham Opi Hotel di Palembang secara Parsial. (2) Untuk melihat pengaruh antara kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham Opi Hotel di Palembang secara Simultan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu penyebaran kuisioner dengan skala interval, dengan jumlah 365 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan dengan bantuan *software* SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) variabel Kualitas Jasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Emosional (X4) berpengaruh negative terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan (uji-F) menunjukkan hasil bahwa variabel independen yang terdiri dari variabel Kualitas Jasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Emosional (X4) berpengaruh terhadap variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan.

Kata Kunci : Kualitas Jasa, Kualitas Pelayanan, Harga dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan di Indonesia merupakan salah satu kontributor devisa negara, terutama dalam kaitannya dengan pariwisata Indonesia. Bidang studi *Hospitality* semakin hari semakin populer dan berharga, dikarenakan bidang pengetahuan *hospitality* selalu berkembang dan akan selalu dibutuhkan terutama dalam dunia kerja.

Secara umum kita mengetahui eratnya hubungan antara industri perhotelan dengan pariwisata berkaitan dengan erat. Tentu ini tak lepas dari fakta bahwa industri perhotelan menjadi salah satu tulang punggung yang mendukung pembangunan sektor pariwisata. Banyak sekali kontribusi industri perhotelan yang memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata. Salah satunya adalah sebagai sarana promosi bagi wisatawan untuk datang ke daerah tersebut. Suatu daerah tujuan wisatawan tentunya akan dikunjungi oleh wisatawan dan tentu saja membutuhkan tempat penginapan dan di sinilah peran hotel sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

World Tourism Organization (WTO) menyatakan bahwa jumlah orang-orang yang melakukan aktivitas bepergian akan meningkat dari waktu ke waktu. Oleh karena itu maka kebutuhan tenaga kerja terampil untuk

menjalankan kegiatan operasional dari segi layanan pariwisata, transportasi, hingga akomodasi akan selalu dibutuhkan untuk menunjang industri tersebut. Bahkan WTO juga menyatakan bahwa industri hospitality nantinya akan menjadi salah satu industri terbesar di dunia, dimana para profesional yang telah memahami *hospitality* dapat bekerja pada sektor strategis.

Pada dasarnya 3 indikator di industri perhotelan yang menjadi tolak ukur untuk bisa mengetahui kesuksesan dalam mendatangkan wisatawan ke daerah tujuan wisata tersebut. Ketiga indikator tersebut adalah jumlah wisatawan, lama tinggal wisatawan, dan tingkat hunian hotel. Jumlah wisatawan yang menginap di hotel memang mengindikasikan jumlah wisatawan yang berkunjung di daerah tersebut namun hal itu belum cukup karena kita perlu mengetahui lama tinggal wisatawan juga lama tinggal wisatawan juga sangat penting semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah maka ini mengindikasikan bahwa daerah tersebut memang diminati oleh wisatawan. Presentase atau tingkat hunian hotel juga berperan penting sebagai indikator kesuksesan hotel dalam menjual kamarnya. Semakin tinggi tingkat hunian semakin banyak jumlah kamar yang bisa dijual.

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana suatu perusahaan mampu memuaskan pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan hanya menginginkan kepuasan dari apa yang mereka dapatkan. Pelanggan akan merasa puas jika barang atau jasa yang mereka dapatkan mampu memenuhi harapannya. Apabila sebuah perusahaan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya, maka perusahaan tersebut tidak hanya

mempunyai pelanggan yang setia, akan tetapi pelanggan yang merasa puas dan akan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain.

The Wyndham hotel *brand* di dirikan pada tahun 1981 oleh *Trammell Crow* di Dallas. Mengikuti penawaran awal publik pada tahun 1996, perusahaan ini diperdagangkan luas di Bursa Efek New York. Pada tahun 1998, bergabung dengan *Patriot American Hospitality*, investasi real estat terpercaya, dan menjadi bagian dari perusahaan terpercaya itu. Pada bulan Juni 1999, setelah mengalami perombakan, *Wyndham International Inc* dikembalikan sebagai perusahaan operasional hotel. Nama Wyndham dan waralaba perusahaanya serta bisnis manajemen perusahaan diakui oleh *Cendant Corporation*, pendahulunya *Wyndham Worldwide*, pada bulan Oktober 2005.

Wyndham Hotel Group adalah Perusahaan hotel terbesar di dunia dari sisi jumlah. Dari sisi Brand waralaba hotel terkemuka dan sebagai penyedia jasa manajemen hotel, portofolio Wyndham Hotel secara global terdiri dari sekitar 9,300 properti dan 830.000 kamar di 90 negara, Berkantor pusat di Parsippany, New Jersey, dengan beberapa kantor lain di seluruh dunia diantaranya di London, Shanghai, Dubai, Singapura dan kota-kota lain, perusahaan ini mempekerjakan lebih dari 9.000 rekanan di seluruh dunia.

Wyndham Opi hotel sendiri melakukan grand opening pada tanggal 17 Juli 2018 dengan kapasitas kamar 257, dilengkapi dengan fasilitas bintang 5 seperti Pool, Gym, Sauna, Meeting Room, Grand Ballroom yang kapasitasnya maksimal 3.000 pax. Wyndham Opi Hotel Palembang beralamat di Komp.

Opi Mall , Jl. A.H Bastari , Jakabaring.

Berdasarkan data BPS Sumatera Selatan (berita resmi statistik No.50/09/16 Th. XXIV, 1 September 2022) mengatakan BPS mencatat berdasarkan perhitungan terbaru tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang di Sumatera Selatan tercatat sebesar 55,15% .TPK Hotel klasifikasi non bintang sebesar 19,53%.Rata-rata lama menginap (RLM) seluruh tamu asing dan lokal pada hotel bintang bulan September 2022 tercatat sebesar 1,66 hari. Sedangkan rata-rata lama menginap seluruh tamu asing dan lokal pada hotel non bintang bulan September 2022 adalah 1,25 hari.



Sumber : (<https://sumsel.bps.go.id/news.html>)

Gambar 1. 1 Survei Perkembangan Pariwisata di Sumatera Selatan

Tabel 1. 1 Survei Jumlah penduduk di Kota Palembang

	Proyeksi Jumlah Penduduk (Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki+ Perempuan		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Palembang	824.086	834.175	843.615	819.402	828.718	837.759	1.643.488	1.662.893	1.681.374

Sumber : <https://sumsel.bps.go.id/news.html>

Kini seiring berjalannya waktu yang begitu cepat dimana Kota Palembang salah satu kota yang ramai dengan bisnis dibidang perhotelan jadi tingkat persaingan bisnis semakin ketat. Di Kota Palembang banyak terdapat berbagai jenis hotel yang menyediakan fasilitas yang lengkap, diantaranya hotel bintang. Adapun daftar hotel bintang 5 yang ada di Kota Palembang sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Hotel Bintang 5 di Kota Palembang

No	Nama Hotel	Rating
1	The Excelton Hotel	No 10 dari 237 hotel
2	The Arista Hotel	No 15 dari 237 hotel Pemenang Kategori Luxury City Hotel, Country Winner : Indonesia 2016.
3	The Alts Hotel	No 8 dari 237 hotel Pemenang penghargaan prestisius dengan Kategori The Best Leading Hotel 2019.
4	Wyndham OpiHotel	No 5 dari 237 hotel Dari TripAdvisor Penghargaan yang didapat 2019 antara lain: 1. Travelers' Choice 2. Certificate of Excellence 2021 1.Customer Review Award 2021

Sumber : Tripadvisor

Dari ke empat hotel bintang 5 diatas maka dilakukan penelitian di Wyndham Opi Hotel Palembang. Walaupun Hotel Wyndham baru diresmikan Juli 2018 seiring berjalannya waktu hotel bintang 5 ini namanya pun tak kalah saing dengan hotel bintang 5 lainnya. Dari mulai Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan yang ada disana mendapat respon yang baik dari masyarakat yang pernah menginap di hotel tersebut.

Hotel Wyndham Opi merupakan hotel bintang 5 yang cukup terkenal dikalangan masyarakat di Palembang selain itu juga wisatawan mancanegara pun bisa menginap di hotel tersebut karena jaraknya yang tidak jauh dari jalur pusat Kota. Selain itu juga memiliki akses yang baik terhadap stasiun LRT yang bisa juga dihubungkan ke tempat bandara, serta pusat pembelajaran yang dekat dari hotel tersebut, sehingga cocok untuk dijadikan tempat menginap, baik untuk liburan ataupun perjalanan bisnis.

Kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan ke pelanggan agar mendapatkan loyalitas konsumen.

Kualitas jasa di Hotel Wyndham selalu diperhatikan sehingga konsumen atau pelanggan yang mau menikmati fasilitas ataupun menginap di hotel selalu mendapat pelayanan yang terbaik dari staff yang melayani di hotel tersebut. Namun terkadang ada saja staff yang lamban dalam memenuhi permintaan dari konsumen atau Pelanggan yang menginap disana contohnya seperti layanan Customer service yang telat memberikan informasi pada kosumen hotel.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Indrasari M, 2019) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas pelayanan pada hotel Wyndham cukup mendapat komenan positif dari beberapa konsumen atau orang yang pernah menginap di hotel tersebut sehingga konsumen tersebut merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Tapi ada juga beberapa yang masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan staff hotel.

Menurut Buchori Alma dalam (Indrasari M, 2019) harga (Price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Harga yang ditawarkan oleh hotel Wyndham cukup bervariasi sesuai dengan besar kamar dan kamar tersebut. Sebagian masyarakat ada yang setuju dengan harga yang ditawarkan dan sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan pada hotel tersebut. Ada juga masyarakat yang protes dengan harga yang disediakan mereka cenderung meminta harga flash sale setiap bulan agar mereka dapat berkunjung kembali dengan harga yang hemat, dan juga berdasarkan ulasan di sosial media ada yang menyarankan free dekor bed.

Goleman dalam (Rizal Wahyu Kusuma) mengungkapkan pengertian emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.

Wyndham hotel memberikan pelayanan yang terbaik sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor emosional yang meliputi rasa senang, puas, kecewa, dan sedih jika layanan yang diberikan oleh penyedia jasa tidak sesuai atau sesuai dengan harapan konsumen maka emosional positif atau negative akan muncul, itu dapat mempengaruhi konsumen atau pelanggan yang menginap di hotel tersebut. Contohnya Salah satu konsumen terdapat Perasaan psikologis yang merasa kecewa dan marah karena staff hotel pelayanannya kurang bagus dan enggan meminta maaf karena pelayanan yang diberikan tidak maksimal, bahkan konsumen tersebut tidak ingin berkunjung lagi ke hotel tersebut. Jadi yang konsumen rasakan lebih ke perasaan emosional psikologisnya yang dimana konsumen tersebut merasa kecewa dan sedih, sehingga tindakan dari konsumen tersebut memberikan review yang jelek sehingga berdampak pada Kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Konsumen yang datang cenderung merasa puas dengan fasilitas ataupun layanan yang diberikan.

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Jasa, Kualitas Pelayanan, Harga dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wyndham Hotel di Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham hotel di Palembang secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham hotel di Palembang secara simultan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wyndham hotel merupakan objek penelitian yang dibahas dalam penelitian ini.
2. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham hotel di Kota Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melihat pengaruh antara kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham Opi Hotel di Palembang secara Parsial.
2. Untuk melihat pengaruh antara kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Wyndham Opi Hotel di Palembang secara Simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan dan juga pengalaman peneliti dalam mengetahui informasi mengenai kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, dan emosional terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan informasi serta masukan yang berguna bagi perusahaan sehingga kinerja pada Hotel dapat lebih meningkat.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan untuk menambah wawasan bagi pembaca dan menjadi acuan untuk melakukan penelitian yang serupa.

1.6 Sistematika

Sistematika penulisan ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulis akan membahas mengenai pengolahan terhadap data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Di dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto, ed.). Yogyakarta.
- Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGINAP DI EMPAT VIRTUAL HOTEL OPERATOR DI SURABAYA. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 145–153.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriastuty, N., Sudjinan, & Fitriyani. (2019). KUALITAS PELAYANAN HOTEL LE GRANDEUR BALIKPAPAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik*, 10(2), 260–270. <https://doi.org/doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, FASILITAS DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- M, C. I., & Poernomo, E. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FAKTOR EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL THE SUN SIDOARJO. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 8(1), 73–85.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Yogyakarta: Samudera Biru.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (ALFABETA, ed.). Bandung.
- Yowanti, F., Iskandar, & Syahrudin. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL FATMA DI TENGGARONG. *JEMI*, 15(1).