



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI INTERCONTINENTAL HOTEL KOTA JAKARTA**

**Nur Rahmawati<sup>1</sup>, Safitri Rumatoras<sup>2\*</sup>,**  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PAMULANG  
[nur22135@gmail.com](mailto:nur22135@gmail.com)<sup>1</sup>, [safitri2133@gmail.com](mailto:safitri2133@gmail.com)<sup>2</sup>

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Intercontinental Hotel Kota Jakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau tamu di Intercontinental Hotel Kota Jakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode kuesioner, dimana kuesioner diberikan kepada pelanggan atau tamu sebagai responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, serta uji t.</p> <p>Berdasarkan hasil koefisien determinasi variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen di Intercontinental Hotel Kota Jakarta sebesar 75,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Diketahui melalui uji hipotesis bahwa didapat hasil t-hitung (12,147) &gt; ttabel (2,009) yang dimana berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Intercontinental Hotel Kota Jakarta atau dengan kata lain H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.</p>
	<i>ABSTRACT</i>
<p><b>Keywords:</b> Service Quality, Customer Satisfaction.</p>	<p><i>This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Intercontinental Hotel Jakarta City. This type of research is quantitative research. The population in this study were customers or guests at the Intercontinental Hotel Jakarta City. Sampling in this study using saturated samples. The data collection method used is the questionnaire method, where the questionnaire is given to customers or guests as respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, correlation coefficient test, determination coefficient test, and t test.</i></p> <p><i>Based on the results of the coefficient of determination, the service quality variable affects customer satisfaction at the Intercontinental Hotel</i></p>

---

*Jakarta City by 75.1% and the rest is influenced by other factors outside this study. It is known through hypothesis testing that the t-count result is obtained  $(12.147) > t \text{ table } (2.009)$  which means that service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Intercontinental Hotel Jakarta City or in other words  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted.*

---

## PENDAHULUAN

Ditengah persaingan hotel yang tengah marak, para pimpinan pun berlomba-lomba memberikan yang terbaik agar hotel mereka terus dikunjungi oleh banyak pelanggan. Salah satunya dengan mengusung tema pemasaran yang unik dan variasi menu makanan yang beragam yang dijadikan sebagai ciri khas hotel tersebut. Selain tema dan juga variasi menu, pelayanan yang diberikan oleh hotel menjadi salah satu pengaruh terhadap keberlangsungan dan nama baik hotel tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, tentu hotel tersebut mendapatkan kesan tersendiri dimata pelanggan (Setyawati, 2023).

Kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli (Yehezkiel, 2022).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya (Ria Setyawati, 2023).

Beberapa peneliti seperti Ria Setyawati (2023) dan Ovan Yehezkiel (2022) yang melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian Ria Setyawati (2023) dan Ovan Yehezkiel (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Adapun dari hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,041 > 0,005$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dijelaskan pada paragraf diatas peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan terkait kualitas pelayanan yang ada pada Intercontinental Hotel terhadap kepuasan pelanggan, maka dari itu judul pada penelitian ini adalah **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Intercontinental Hotel Kota Jakarta.**

## KAJIAN LITERATUR

Menurut Kotler dalam (Hendro dan Syamswana, 2017) definisi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Adapun Indikator Kualitas Pelayanan menurut Kotler dalam (Hendro dan Syamswana, 2017) terdapat lima indikator yaitu: Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Kepuasan atau *satisfaction* dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik) dan "facto" (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang (Kotler dan Kevin Lane Keller 2010:139). Menurut Indrasari (2019) terdapat tiga indikator kepuasan konsumen, yaitu: kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan. Kesediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin besar pulai nilai kepuasan konsumen (Setyawati, 2023).

## METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang berusaha memberikan pembuktian kebenaran fakta di lapangan dan dinilai secara ilmiah berdasarkan kerangka teoritis yang berkenaan dengan permasalahan yang di angkat dengan menggunakan angka dan hitungan. Waktu pada penelitian ini adalah bulan April, sedangkan tempat pada penelitian ini adalah Hotel Continental Kota Jakarta. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan atau tamu di Hotel Continental Kota Jakarta, Sampel merupakan bagian atau kelompok dari populasi. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria yang ditentukan dari target atau kelompok tertentu sesuai dengan informasi yang dibutuhkan peneliti. (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun teknik sampel yang digunakan adalah

metode sampel jenuh, metode sampel jenuh adalah metode yang menggunakan total populasi sebagai total sampel (Sugiyono, 2016).

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner, kuesioner adalah metode dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala interval 1-5, dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju (Ghozali, 2016). Adapun metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu: Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan uji validitas variabel kualitas pelayanan dapat diketahui 10 butir pernyataan pada penelitian ini valid, dengan nilai signifikansi  $< 0,005$  dan nilai  $t$  tabel lebih  $> (0,281)$ . Berdasarkan uji validitas variabel kepuasan konsumen dapat diketahui 10 butir pernyataan pada penelitian ini valid, dengan nilai signifikansi  $< 0,005$  dan nilai  $t$  tabel lebih  $> (0,281)$ . Hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan diketahui nilai cronbach alpha variabel kualitas pelayanan  $0,941 > 0,6$ . Sedangkan uji reliabilitas variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai cronbach alpha sebesar  $0,893 > 0,6$ . Adapun tabel hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	15

**Tabel Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	15

Hasil uji analisis koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 <sup>a</sup>	.751	.746	3.79957

Pada tabel diatas terlihat bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) sebesar 0,751 memberi pengertian bahwa variasi yang terjadi pada variabel Y (kepuasan konsumen) adalah sebesar 75,1% ditentukan oleh variabel kualitas pelayan selebihnya sebesar 24,9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,866. Sehingga dapat dinyatakan terdapat hubungan yang positif antara Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dikategorikan sangat kuat.

Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji t yaitu dengan melihat nilai sigifikansi t hitung, jika nilai signifikansi t hitung < dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

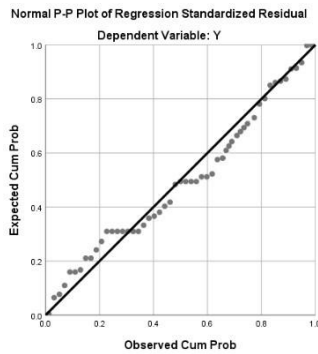
**Tabel Uji Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.384	3.942		1.873	.001
	Kualitas Pelayanan	.878	.072	.866	12.147	.000

Berdasarkan tabel pada uji t yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan(X) dapat diketahui secara parsial pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen(Y) bahwa variabel kualitas pelayanan(X) menunjuka nilai t hitung lebih besar dari t tabel (12,147) > (2.009) atau sig  $\alpha = 0,001 < 0,005$ .

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, error yang dihasilkan mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas digunakan *Normal P- Plot of Regression Standardized Residual* yang hasil pengujiannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



**Gambar Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar diatas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Setelah hasil uji asumsi klasik dilakukan dan hasilnya secara keseluruhan menunjukkan model regresi memenuhi asumsi klasik, maka tahap berikut adalah melakukan evaluasi dan interpretasi model regresi sederhana. Dari analisis sebelumnya membuktikan bahwa penelitian ini sudah dianggap baik. Hasil yang diperoleh dari SPSS yang digunakan sebagai alat analisis maka hasil regresi sederhana adalah sebagai berikut :

**Tabel Analisis Regresi Linier Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.384	3.942		1.873	.001
	Kualitas Pelayanan	.878	.072	.866	12.147	.000

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah

$$Y = 7.384 + 878X$$

Keterangan

Y = Kepuasan Konsumen

$\alpha$  = Konstanta (apabila nilai  $X=0$ )

b = koefisien regresi kualitas pelayanan

X = nilai variabel independen

Hasil pengujian yang diperoleh diatas adalah sebagai berikut :

Konstanta sebesar 7.348 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai motivasi kerja maka nilai kepuasan kerja karyawan sebesar 7.348. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,878 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan, maka akan nilai kepuasan konsumen sebesar 0,878.

## Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan atas analisis yang dilakukan, maka akan dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel bebas dan terikat yang meliputi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Hasil rekapitulasi kuesioner dari 15 pernyataan yang berhubungan langsung dengan variabel kualitas pelayanan ( $X$ ) pada tabel 4.4, yakni secara keseluruhan semua pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dapat diterima oleh seluruh karyawan sebagai responden dengan pernyataan setuju dan sangat setuju sebesar 53,3%.

Begitu pula dengan hasil rekapitulasi kuesioner dari 15 pernyataan yang berhubungan langsung dengan variabel kepuasan pelanggan ( $X$ ) pada tabel 4.5, yakni secara keseluruhan semua pernyataan dalam variabel kepuasan pelanggan dapat diterima oleh seluruh karyawan sebagai responden dengan pernyataan setuju dan sangat setuju sebesar 59,6%.

Masing-masing pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dengan 15 butir pernyataan, seluruh item terbukti valid karena nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai  $r_{tabel}(0,281)$ . Menyatakan bahwa butir-butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

Masing-masing pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dengan 15 butir pernyataan, seluruh item terbukti valid karena nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai  $r_{tabel}(0,281)$ . Menyatakan bahwa butir-butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

Hasil dari uji parsial (uji t) yang telah dijelaskan pada tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan ( $X$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan t hitung 12.147 lebih besar dari  $t_{tabel} 2,009$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang artinya variabel kualitas pelayanan ( $X$ ) secara individu atau secara parsial dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ), karena menurut uji koefisien korelasi pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan kerja memiliki korelasi yang "sangat kuat" atau sebesar 0,866.

Hasil dari uji simultan (uji f) yang telah dijelaskan pada gambar 4.9 diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,5 dan f hitung 147.541 lebih besar dari 4,03. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Begitu pula berdasarkan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel 4.8 menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,751. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh atau kontribusi variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 75,1%.

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Siti Kusmiati yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2010), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang ataupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Continental Kota Jakarta. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil perhitungan regresi sederhana antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen berdasarkan koefisien determinasinya menunjukkan tingkat ketergantungan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan sebesar 0,866.

## **REFERENSI**

- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Marketing Management Thirteenth Edition*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. (2010) Kotler, Philip. *Marketing Insights FA to Z 80 Concepts Every Manager Needs To Know*, terj. Anies Lastiati. Jakarta : Erlangga. 2003
- Setyawati, Ria. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2016) Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Membangun Keterampilan. Edisi ke-7, Wiley & Sons, Sussex Barat*
- Indrasari. (2019).Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit. Universitas Diponegoro*
- Yehezkiel, Ovan. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*