

Analisis Kualitas Pelayanan *Housekeeping* Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di Hotel Shofa Marwah Palembang

Nurvia Nathasya
Universitas Bina Darma
Email: nurvia.nathasya@binadarma.ac.id

Syu'ai Batul Taskia
Universitas Bina Darma
Email: syuaitaskia24@gmail.com

Ahmad Yani Ranius
Universitas Bina Darma
Email: yani_ranius@binadarma.ac.id

Abstract

The tourism industry in Indonesia, which has great potential and continues to grow, is expected to be able to support the national economy of Indonesia. Accommodation facilities that support the tourism industry are hotels. One of the most important hotel services is the housekeeping department. The phenomenon found in one of the hotels, namely the Shofa Marwah hotel in Palembang, shows that the quality of the housekeeping department services provided is still not optimal. . Based on the findings in previous research, service quality affects customer satisfaction. This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction. This study uses the theory of service quality and customer satisfaction from some previous literature. The data collection technique uses a questionnaire that consists of 15 items. . Measurement of variables based on the five dimensions of service quality, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The data was analyzed by validity test, reliability and hypothesis test. The hypothesis test results show the influence of service quality on customer satisfaction in Hotel Shofa Marwah Palembang.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak

Industri pariwisata di Indonesia yang memiliki potensi besar dan terus berkembang diharapkan mampu untuk mendukung perekonomian Negara. Sarana akomodasi yang mendukung industri pariwisata adalah Hotel. Salah satu pelayanan hotel yang penting adalah *housekeeping* departemen. Fenomena yang terdapat di salah satu hotel yaitu hotel Shofa Marwah di Palembang menunjukkan kualitas pelayanan *housekeeping* departemen yang diberikan masih kurang optimal. Berdasarkan temuan pada penelitian terdahulu, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Dalam kajian ini peneliti menggunakan teori kualitas pelayanan dan kepuasan tamu. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berjumlah 15 butir pernyataan. Pengukuran variabel berdasarkan kelima dimensi kualitas pelayanan yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel shofa marwah Palembang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu

1. Pendahuluan

Sektor pariwisata pada saat ini telah menjadi industri yang sangat maju di dunia. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia, karena pariwisata dianggap mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara (Aliansyah dan Hermawan, 2019). Industri ini juga diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan.

Hotel merupakan sebuah sarana akomodasi untuk menginap para wisatawan atau pelaku bisnis yang menyediakan pelayanan berbagai makanan dan minuman serta fasilitas lainnya. Keberadaan hotel di tengah masyarakat semakin penting bagi yang membutuhkan tempat untuk menginap dalam berbagai keperluan. Dengan melihat peluang tersebut sejumlah hotel itu untuk memancing pengunjung yang pada akhirnya tertarik untuk menginap. Promosi yang dilakukan oleh pihak hotel tidak hanya sebatas mengadakan acara sebagai pancingan untuk meningkatkan tingkat hunian, tetapi juga melakukan promosi dari dalam hotel itu sendiri, seperti tarif kamar yang murah serta nyaman, pelayanan yang baik agar tamu yang menginap merasa puas atas pelayanan hotel. Hotel menurut (Agus, 2011) ialah perusahaan yang dikelola pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makan, minum, serta fasilitas kamar untuk orang yang beristirahat dengan membayar jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang sesuai tanpa perjanjian khusus.

Salah satu pelayanan hotel yang penting adalah *housekeeping* departemen, karena memiliki peranan penting untuk menunjang kebersihan, kerapian, serta keindahan kamar dan seluruh area hotel agar tamu yang menginap merasa nyaman dan puas. Dalam industri perhotelan, kepuasan tamu sangat diperlukan, karena hal tersebut merupakan tujuan perusahaan hotel untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dari setiap tamu yang datang dan menginap. Menurut (Sembiring et al., 2019) kualitas pelayanan adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya.

Hotel Shofa Marwah adalah hotel yang terdapat di Palembang, Sumatera Selatan. Hotel ini merupakan salah satu hotel berbintang dua yang terdapat di Palembang. Hotel Shofa Marwah ini memiliki 30 kamar serta memiliki fasilitas lainnya. Selain fasilitas tentunya kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang penting untuk diperhatikan mengingat kualitas pelayanan sendiri berdampak terhadap tingkat kepuasan tamu. Namun kenyataannya berdasarkan data review tamu dari google.com kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu masih kurang baik serta fasilitas hotel shofa marwah masih banyak yang kurang memadai. Oleh karena itu perlunya untuk mengetahui kualitas pelayanan seperti apa yang diharapkan oleh tamu hotel.

Tabel 1 Ulasan Tamu Hotel

No	Ulasan Tamu
1.	Fasilitas yang kurang baik, seperti AC tidak dingin, wastafel bocor serta TV tidak bisa dipakai. (<i>Google.co.id</i>)
2.	Pelayanan yang kurang maksimal, kamar kurang bersih serta lampu kamar tidak terang. (<i>Google.co.id</i>)
3.	Fasilitas kurang sesuai, banyak yang tidak bisa digunakan. (<i>Google.co.id</i>)

Sumber: *Google.co.id*, 2023

2. Literature Review

2.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya. (Sembiring et al., 2019). Kualitas pelayanan ialah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan pembelian ulang dan nantinya akan jadi pelanggan setia. (Jargalsaikhan et al., 2019)

Kualitas pelayanan ada lima indikator. (Riyanto, 2018) sebagai berikut :

1. *Reliability* (Pemberian kualitas pelayanan yang tepat dan benar).
2. *Tangibles* (Menyediakan fasilitas yang memadai dan lainnya).

3. *Responsiveness* (Melayani tamu dengan cepat dan tepat, memberikan informasi yang dibutuhkan tamu dengan jelas).
4. *Assurance* (Jaminan perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan kualitas pelayanan kepada tamu).
5. *Emphty* (Kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan tamu).

Berdasarkan pemahaman teori sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki lima indikator yaitu, *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, serta *emphty*. Apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh tamu lebih rendah dari yang diharapkannya maka tamu akan merasa tidak puas dan akan mencari hotel lain yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan melebihi harapan tamu, maka akan menciptakan kepuasan tamu (sangat puas), sedangkan pada keadaan dimana apa yang diterima sama dengan apa yang diharapkan, maka tamu tersebut akan merasa tidak puas. Seperti yang telah dijelaskan bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu hotel adalah kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan kepada tamu.

2. 2. Hotel

Hotel adalah perusahaan yang dikelola pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, serta fasilitas kamar untuk orang yang beristirahat dengan membayar jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang sesuai tanpa perjanjian khusus. (Irwansyah, 2017). Hotel yaitu suatu bentuk akomodasi yang mempergunakan seluruh bangunan, untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umu, yang dikelola secara komersial. (Retnaningrum, 2016). Berdasarkan pemahaman teori sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan suatu akomodasi untuk tamu yang menginap dihotel yang menyediakan pelayanan makan, minum, dan juga fasilitas lainnya.

Tamu hotel adalah setiap orang yang menginap atau menggunakan jasa lainnya yang disediakan pihak hotel. Selain itu, tamu hotel adalah orang yang paling penting di hotel. Tujuan dan harapan hotel, merupakan bagian yang tak terpisahkan dari usaha perhotelan, tidak tergantung pada hotel tetapi hotel yang tergantung pada tamu. Dalam kegiatan operasional untuk memenuhi kebutuhan para tamu, hotel menawarkan beberapa produk seperti *guest room* dan jasa lainnya.

Housekeeping

Housekeeping adalah bagian yang bertugas memelihara kebersihan, kerapihan, serta kelengkapan kamar tamu, restoran, bar, dan tempat-tempat umum di area hotel, termasuk tempat karyawan. (Lasana, 2017). Menurut (Priyanto dan Rosiana, 2017) *Housekeeping* adalah departemen yang memiliki tanggung jawab pada semua area hotel, baik diluar ruangan maupun di dalam ruangan. *Housekeeping* dibagi menjadi 2 bagian yaitu *housekeeping room* dan *housekeeping public area*.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *Housekeeping* adalah departemen yang ada pada setiap hotel karena keberadaan *housekeeping* ialah suatu yang harus dimiliki oleh hotel karena peran *housekeeping* sangat penting. *Housekeeping* berasal dari kata “*house*” rumah dan “*keeping*” menjaga. Jadi *housekeeping* suatu departemen pada hotel yang bertugas untuk menjaga, merawat dan membersihkan area hotel serta fasilitas lainnya.

2. 3. Jasa

Jasa didefinisikan sebagai setiap perbuatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Sembiring et al., 2019). Berdasarkan definisi diatas jasa yaitu suatu bentuk tindakan yang ditawarkan kepada orang lain yang bersifat *intangibile*. Kata “jasa” itu

sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk.

karakteristik jasa adalah sebagai berikut :

- a) Tidak berwujud (*Intangibility*)
- b) Bervariasi (*Variability*)
- c) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)
- d) Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

2. 4. Kepuasan Tamu

Kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia atau kecewa yang ada setelah adanya perbandingan dari hasil produk yang diharapkan terhadap hasil yang diinginkan (Kotler dan Keller,2014). Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Sembiring et al., 2019). Indikator kepuasan tamu, sebagai berikut:

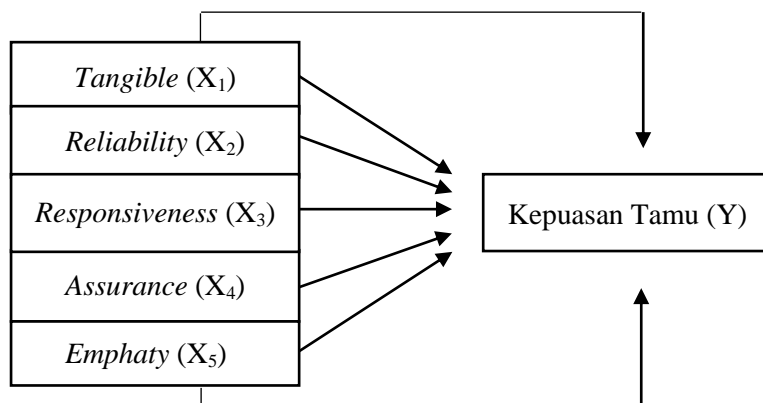
1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan tamu
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

Berdasarkan pemahaman teori sebelumnya, maka kepuasan tamu hotel dapat diartikan sebagai apa yang diinginkan oleh tamu dibawah harapan, sama dengan harapan atau bahkan melebihi harapan yang diinginkan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka tamu akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, tamu akan merasa puas. Tamu yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja hotel. Menyangkut komponen kepuasan tamu (harapan, kinerja atau hasil yang dirasakan), umumnya harapan tamu merupakan pikiran tentang apa yang akan diterimanya bila tamu mengkonsumsi produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi tamu terhadap apa yang tamu terima setelah memakai jasa yang dibeli.

Untuk menciptakan kepuasan tamu, hotel menciptakan dan mengelola tamu yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan tamu tersebut. Kepuasan tamu sangat memegang peran penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu dalam mengevaluasinya tamu akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan.

Berikut ini merupakan kerangka pemikiran dari penelitian ini :

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Hotel Shofa Marwah Palembang berupaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pda tamu dengan menerapkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi bukti fisik (*tangible*),

kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiviness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Pada kualitas pelayanan bukti fisik merupakan apresiasi bagi tamu dalam melihat ketersediaan sarana, fasilitas, dan perlengkapan dala hotel. Sedangkan kehandalan adalah pemberian pelayanan yang utama dengan proses pelayanan yang cepat dan baik.

Kemudian daya tanggap dimana pelayanan dituntut untuk sigap dan siap untuk segera melayani tamu saat dibutuhkan. Jaminan merupakan pemberian pelayanan sesuai dengan komitmen hotel dengan memberikan kepercayaan terhadap tamu. Selain itu, empati dimana berupa sikap dan kepedulian terhadap tamu.

Berdasarkan pemahaman teori sebelumnya dan kerangka berpikir, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut : Terdapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu pada Hotel Shofa Marwah Palembang.

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. (Santosa & Luthfiyyah, 2020). Kuesioner atau angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab. (Dian & Noersanti, 2020).

3. Metodologi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah orang atau tamu yang pernah menginap menggunakan jasa pelayanan dan fasilitas di Hotel Shofa Marwah Palembang. Popoulasi ini bersifat heterogen, yang dapat dilihat dari jenis kelamin dan usia. Rumus sampel yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini ialah dengan rumus *paul leddy* dalam (Arikunto, 2006). Dimana Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui, maka nilai P (1-P) maksimal adalah 0,25 dan menggunakan *Confidence Level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%, maka besar sampel 70 orang.

Variabel kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan kelima dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Pertama, *tangible* diukur melalui kelengkapan fasilitas. Kedua, *reliability* diukur dengan pelayanan yang memuaskan. Ketiga, *Responsiveness* diukur melalui hotel yang tanggap dengan keluhan. Keempat, *assurance* berisi indikator kehandalan petugas hotel dan keramahtamahan. Kelima, *empathy* berisi indikator petugas hotel yang dapat berkomunikasi dengan baik yaitu memahami keinginan tamu dan mengutamakan kepentingan tamu. Variabel kepuasan tamu diukur melalui indikator-indikator kualitas pelayanan dengan melakukan perbandingan antara apa yang diharapkan dan apa yang diharapkan tamu. Indikator kepuasan tamu dapat diukur dengan kesesuaian kualitas, minat berkunjung, dan kesedian merekomendasikan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan skala likert kepada 100 orang Tamu di hotel shofa marwah. Nilai dan jawaban yang disediakan adalah 1= Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Settuju (SS) Responden diminta memilih salah satu dari sejumlah kategori jawaban atas pertanyaan tersebut. Tamu yang mengisi adalah tamu yang pernah menginap menggunakan jasa pelayanan dan fasilitas di Hotel Shofa Marwah Palembang.

Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas instrumen untuk melihat valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu apabila koefisien korelasinya lebih sama dengan 0,24 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Kemudian uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS dengan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha (a)*. Instrumen yang terdapat pada suatu variabel dikatakan reliabel, jika memberikan nilai $a > 0,60$.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data uji statistik. Uji hipotesis dilakukan alat uji regresi linier berganda.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan spss 26, maka diperoleh hasil persamaan regresi seperti diatas dimana uji regresi linier berganda dilakukan untuk mencari pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Selain itu menggunakan uji F untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel (Y), jika variabel bebas memiliki $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat, artinya pengaruh secara bersamaan. Kemudian menggunakan analisis determinasi dan Uji T untuk melihat apakah secara parsial koefisien regresi variable-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai t-statistik dengan t-tabel, atau membandingkan probabilitas t-statistik dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil

Data responden dijadikan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini. Adapun data responden dikategorikan kepada jenis kelamin dan usia. Data responden disajikan dalam bentuk table sebagai berikut :

Tabel 2. Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Frequency
Laki-laki	25
Perempuan	45
Total	70

Sumber : Data Primer Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui, responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak adalah perempuan yaitu 45 orang. Sedangkan sisanya 25 orang jenis kelamin laki-laki. Totalnya adalah sebanyak 70 responden.

Tabel 3. Usia Responden

Jenis Kelamin	Frequency
18-23 tahun	40
24-43 tahun	30
Total	70

Sumber : Data Primer Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui , bahwa umur responden terbanyak berumur 18-23 tahun dengan jumlah 40 orang, kemudian umur responden paling sedikit berumur 24-43 tahun dengan jumlah 30 orang. Totalnya sebanyak 70 responden.

Tabel 4. Tanggapan Responden Pada Variabel *Tangible X₁*

No.	Pernyataan <i>X₁ Tangible</i>	SS	S	N	TS	STS	Skor Total	Rata-Rata	Kesimpulan
1.	Apakah di Hotel Shofa Marwah tersedia	25	35	2	6	2	273	3,9	Setuju

	peralatan ibadah								
2.	Apakah fasilitas yang ditawarkan hotel lengkap dan sesuai dengan harapan	19	35	5	8	3	269	3,8	Setuju
3.	Apakah Hotel Shofa Marwah memiliki lingkungan yang nyaman	17	37	8	7	1	272	3,9	Setuju
	Total skor						814	11,6	
	Rata-rata						271,3	3,9	Setuju

Sumber: Hasil Penelitian yang telah diolah (2023)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *tangible* X₁ Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata 3,9 yang artinya setuju. Berarti bahwa bukti fisik yang dimiliki Hotel Shofa Marwah, seperti fasilitas yang ditawarkan hotel sesuai dengan harapan, tersedia peralatan ibadah, dan memiliki lingkungan yang nyaman mampu memberikan kepuasan terhadap tamu.

Tabel 5. Tanggapan Responden Pada Variabel *Reliability* X₂

N o.	Pernyataan X ₂ Reliability	SS	S	N	TS	STS	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1.	Bagaimana respon karyawan <i>housekeeping</i> Hotel Shofa Marwah dalam melayani tamu	25	29	8	7	1	280	5,6	Sangat setuju
2.	Apakah karyawan hotel memberikan pelayanan yang maksimal	23	31	7	7	2	276	5,5	Sangat setuju
3.	Apakah karyawan hotel melayani tamu sesuai standar operasional prosedur	21	30	8	8	3	268	5,3	Sangat setuju
	Total skor						824	16,4	
	Rata-rata						274,6	5,4	Sangat setuju

Sumber: Hasil Penelitian yang telah diolah (2023)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *reliability* X₂ Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata 5,4 yang artinya sangat setuju. Berarti bahwa kehandalan yang dimiliki Hotel Shofa Marwah, seperti respon karyawan dalam melayani tamu, pelayanan karyawan yang maksimal, dan karyawan melayani tamu sesuai operasional prosedur mampu memberikan kepuasan terhadap tamu.

Tabel 6. Tanggapan Responden Pada Variabel *Responsiviness* X₃

N o.	Pernyataan X ₃ Responsiviness	SS	S	N	TS	STS	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1.	Apakah karyawan hotel menanggapi permintaan	20	31	10	7	2	270	5,4	Sangat setuju

	tamu secara cepat								
2.	Apakah karyawan hotel dapat memberikan informasi yang dibutuhkan tamu secara cepat	19	32	7	11	1	267	5,3	Sangat setuju
3.	Apakah karyawan hotel cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah dihotel	20	26	13	9	2	263	5,2	Sangat setuju
	Total skor						800	15,9	
	Rata-rata						266,6	5,3	Sangat setuju

Sumber: Hasil Penelitian yang telah diolah (2023)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *responsiviness* X_3 Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata 5,3 yang artinya sangat setuju. Berarti bahwa daya tanggap yang dimiliki oleh Hotel Shofa Marwah Palembang, seperti karyawan hotel menanggapi permintaan tamu secara cepat, karyawan hotel dapat memberikan informasi yang dibutuhkan tamu secara cepat, dan karyawan hotel cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah dihotel mampu memberikan kepuasan terhadap tamu.

Tabel 7. Tanggapan Responden Pada Variabel *Assurance* X_4

N o.	Pernyataan $X_4 Assurance$	SS	S	N	TS	STS	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1.	Apakah Hotel Shofa Marwah memiliki karyawan professional dalam melayani tamu	20	31	9	9	1	270	5,4	Sangat setuju
2.	Apakah karyawan hotel bersikap ramah	23	32	8	6	1	244	4,8	Sangat setuju
3.	Apakah karyawan hotel mampu meyakinkan tamu terhadap keamanan hotel	21	32	7	9	1	273	5,4	Sangat setuju
	Total skor						787	15,6	
	Rata-rata						262,3	5,2	Sangat setuju

Sumber: Hasil Penelitian yang telah diolah(2023)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *assurance* X_4 Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata 5,2 yang artinya sangat setuju. Berarti bahwa jaminan yang dimiliki oleh Hotel Shofa Marwah Palembang, seperti karyawan professional dalam melayani tamu, karyawan hotel bersikap ramah, dan karyawan hotel mampu meyakinkan tamu terhadap keamanan hotel mampu memberikan kepuasan terhadap tamu.

Tabel 8. Tanggapan Responden Pada Variabel *Emphaty X₅*

N o.	Pernyataan X ₅ Emphaty	SS	S	N	TS	STS	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1.	Apakah karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik	21	38	2	7	2	279	5,5	Sangat setuju
2.	Apakah karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan tamu	18	31	10	8	3	263	5,2	Sangat setuju
3.	Apakah karyawan hotel dapat memahami kebutuhan tamu	18	36	7	6	3	270	5,4	Sangat setuju
	Total skor						812	16,1	
	Rata-rata						270,6	5,3	Sangat setuju

Sumber: Hasil Penelitian yang telah diolah (2023)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *emphaty X₅* Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata 5,3 yang artinya sangat setuju. Berarti bahwa empati yang dimiliki oleh Hotel Shofa Marwah Palembang, seperti karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik, karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan tamu, dan karyawan hotel dapat memahami kebutuhan tamu mampu memberikan kepuasan terhadap tamu.

Tabel 9. Tanggapan Responden Pada Variabel Y Kepuasan Tamu

N o.	Pernyataan Y (Kepuasan Tamu)	SS	S	N	TS	STS	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1.	Tamu merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan karyawan hotel	24	32	5	6	3	278	5,5	Sangat setuju
2.	Tamu berminat untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain	24	27	9	8	2	273	5,4	Sangat setuju
3.	Tamu merasa puas dengan fasilitas yang ada dihotel	23	33	4	7	3	276	5,5	Sangat setuju
	Total skor						827	16,4	
	Rata-rata						275,6	5,4	Sangat setuju

Sumber: Hasil Penelitian yang telah diolah (2023)

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator Y (Kepuasan tamu) Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata 5,4 yang artinya sangat setuju. Berarti bahwa kepuasan tamu (Y) yang dimiliki oleh Hotel Shofa Marwah Palembang, seperti tamu merasa

nyaman atas pelayanan yang diberikan karyawan hotel, tamu berminat untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain, tamu merasa puas dengan fasilitas yang ada dihotel.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu

No	Pertanyaan	Koefesien Korelasi (r-hitung)	Nilai Kritis (r-tabel)	Taraf Sig	Ket
Bukti Fisik (Tangible) X_1					
1.	Apakah di Hotel Shofa Marwah tersedia peralatan ibadah	0.866	0.24	0.05	Valid
2.	Apakah fasilitas yang ditawarkan hotel lengkap dan sesuai dengan harapan	0.937	0.24	0.05	Valid
3.	Apakah Hotel Shofa Marwah memiliki lingkungan yang nyaman	0.904	0.24	0.05	Valid
Kehandalan (Reliability) X_2					
1.	Bagaimana respon karyawan <i>housekeeping</i> Hotel Shofa Marwah dalam melayani tamu	0.943	0.24	0.05	Valid
2.	Apakah karyawan hotel memberikan pelayanan yang maksimal	0.948	0.24	0.05	Valid
3.	Apakah karyawan hotel melayani tamu sesuai standar operasional prosedur	0.950	0.24	0.05	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness) X_3					
1.	Apakah karyawan hotel menanggapi permintaan tamu secara cepat dan tepat	0.909	0.24	0.05	Valid
2.	Apakah karyawan hotel dapat memberikan informasi yang dibutuhkan tamu secara tepat	0.957	0.24	0.05	Valid
3.	Apakah karyawan hotel cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah dihotel	0.961	0.24	0.05	Valid
Jaminan (Assurance) X_4					
1.	Apakah Hotel Shofa Marwah memiliki karyawan yang professional dalam melayani tamu	0.941	0.24	0.05	Valid
2.	Apakah karyawan hotel bersikap sopan dan ramah	0.943	0.24	0.05	Valid
3.	Apakah karyawan hotel mampu meyakinkan tamu terhadap keamanan dihotel	0.941	0.24	0.05	Valid
Empati (Empathy) X_5					
1.	Apakah karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik	0.869	0.24	0.05	Valid

2.	Apakah karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan tamu	0.881	0.24	0.05	Valid
3.	Aapakah karyawan hotel dapat memahami kebutuhan tamu	0.902	0.24	0.05	Valid
Kepuasan (Y)					
1.	Tamu merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan karyawan hotel	0.945	0.24	0.05	Valid
2.	Tamu berminat untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain	0.933	0.24	0.05	Valid
3.	Tamu merasa puas dengan fasilitas yang ada dihotel	0.948	0.24	0.05	Valid

Sumber : Data olahan penulis (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai rhitung lebih besar dari 0.24 sehingga keseluruhan soal pertanyaan pada instrumen penelitian pada variabel kualitas pelayanan adalah valid. Maka keseluruhan soal dalam kuisisioner ini dapat digunakan.

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu

No	Variabel	Nilai Alpha	Status
1	Kehandalan	0,885	<i>Reliable</i>
2	Kepedulian	0.943	<i>Reliable</i>
3	Jaminan	0,937	<i>Reliable</i>
4	Empati	0,951	<i>Reliable</i>
5	Bukti Fisik	0,948	<i>Reliable</i>
6	Kepuasan Tamu	0.962	<i>Reliable</i>

Sumber : Data olahan penulis (2023)

Variabel dikatakan *reliable* jika nilai Alpha yang dihasilkan lebih besar dari r tabel (nilai alpha > 0,600) maka butir indikator di tiap kuesioner tersebut reliabel karena memenuhi kriteria.

Tabel 12. Uji Normalitas Data

Skewness		Kurtosis	
Statistic	Std.Error	Statistic	Std.Error
-0,16	,437	,131	,744

Sumber : Data olahan penulis (2023)

Dalam penelitian ini terdapat data yaitu rasio skewness $-0,016/0,437 = -0,036$ kemudian rasio kurtosis $0,131 / 0,744 = 0,176$ dikarenakan rasio yang dimiliki skewness dan rasio yang dimiliki kurtosis berada di antara -2 hingga +2, maka ditarik kesimpulan terkait distribusi data yaitu normal.

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	0,186	0,737		0,253	0,801
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	0,158	0,169	0,135	0,937	0,352
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	0,605	0,218	0,568	2,776	0,007
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	0,327	0,184	0,304	1,780	0,080
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	0,232	0,173	0,212	1,339	0,185
	Empati (<i>Emphaty</i>)	0,318	0,098	0,337	3,231	0,002

Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data primer setelah diolah, 2023

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara *variabel independent* dengan *variabel dependen* secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variable X berpengaruh secara signifikan dalam meningkatkan variabel Y.

Tabel 14. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	600,701	5	120,140	67,685	<,001 ^b
	Residual	113,599	64	1,775		
	Total	714,300	69			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), Empati (*Emphaty*), Bukti Fisik (*Tangible*), Jaminan (*Assurance*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kehandalan (*Reliability*)

Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 67,685 dengan nilai F_{tabel} 2.35 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $67,685 > 2,35$ dan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik (*Tangible*) (X_1) Kehandalan (*Reliability*) (X_2) Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_3) Jaminan (*Assurance*) (X_4) Empati (*Emphaty*) (X_5) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator pada variabel memiliki pengaruh pada variabel tersebut. Pelayanan yang sesuai dan akurat, kesediaan staf dalam membantu tamu dan perhatian yang diberikan oleh staf. Dengan demikian adanya kepuasan dari tamu terhadap apa yang diberikan oleh staf hotel.

4.2 Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan *housekeeping* terhadap tingkat kepuasan tamu di hotel Shofa Marwah Palembang. Penelitian dilakukan terhadap 70 responden yang merupakan tamu di hotel tersebut. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan didapat hasil bahwa terdapat baik secara parsial dan silmutan pada kelima variabel tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan tamu. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang sudah dijelaskan. Pada Sheraton Bali Kuta Resort dimana kualitas pelayanan juga secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan tamu. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Lupioyadi (2006) bahwa kualitas pelayanan adalah aspek yang menggambarkan tingkat kesuksesan dan kualitas suatu perusahaan dengan kesanggupan perusahaan dalam menjaga dan meberikan suatu layanan yang

mempunyai kualitas kepada konsumen dan merupakan strategi untuk menjaga diri dan mendapatkan keberhasilan dalam suatu persaingan.

Hasil penelitian lain yang juga mendukung penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen di penginapan lebar daun Palembang. Dalam penelitian tersebut mendeskripsikan untuk variable kualitas pelayanan menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Dimana dinyatakan di dalam penelitian tersebut bahwa Perusahaan harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik yang diinginkan oleh konsumen agar konsumen dapat menetapkan pilihannya dan memutuskan untuk puas terhadap pelayanan penginapan lebar daun dan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen untuk berkunjung kembali ke penginapan lebar daun Palembang. Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu kualitas pelayanan yaitu kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasaannya. (Sembiring et al., 2019). Sehingga dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan mewujudkan kepuasan daripada tamu.

5. Simpulan

Dapat disimpulkan tanggapan responden terhadap indikator kepuasan tamu Hotel Shofa Marwah Palembang berada pada rata-rata yang artinya sangat setuju. Berarti bahwa kepuasan tamu yang dimiliki oleh Hotel Shofa Marwah Palembang sudah baik. Sementara itu berdasarkan uji analisis regresi linear berganda menunjukkan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *responsibility*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan tamu di hotel shofa marwah Palembang.

6. Daftar Pustaka

- Agus, Sulastiyono. (2011). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung: Alfabeta.
- Aliansyah, Helmi dan Hermawan, Wawan. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten atau Kota di Jawa Barat. *ekonomi*. 23(1). 39-55.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI. Jakarta : Rineka Cipta
- Google.co.id, 2023
- Irwansyah, R. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Menginap Kembali (Survei pada tamu hotel M'Borro, Baturraden). *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 12–46.
- Jargalsaikhan, B. E., Ganbaatar, N., Urtnasan, M., Uranbileg, N., Begzsuren, D., Patil, K. R., Mahajan, U. B., Unger, B. S., Goyal, S. N., Belemkar, S., Surana, S. J., Ojha, S., Patil, C. R., Mansouri, M. T., Hemmati, A. A., Naghizadeh, B., Mard, S. A., Rezaie, A., Ghorbanzadeh, B., ... Yuanita, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Pop Di Bandar Lampung. *Molecules*, 9(1), 148–162. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lasana, M. S. A. (2017). *Peran Housekeeping Departement Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di Bintang Mulia Hotel & Resto Jember the Role of Departement Houskeeping To Increase the Rate of Room Occupancy in Bintang Mulia Hotel & Resto Jember*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyanto. W. dan Rosiana. E. 2017. *Housekeeping dan Laundry*. Bandung: Alfabeta
- Retnaningrum. (2016). Beach Resort Hotel di Pantai Jungwok Gunungkidul. *Beach Resort Hotel Di Pantai Jungwok Gunungkidul*, 16–38.

- Riyanto, Andi., (2018). Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 10–27.
- Sembiring, V. Artina., Emenina Tarigan, D., & Tinggi Pariwisata Trisakti, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Room Attendant Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Inter Continental Jakarta Mid Plaza. In *Jurnal Ilmiah Pariwisata* (Vol. 24, Issue 1).
- Shofa Marwah. (2023). Ulasan Hotel Shofa Marwah Hotel Palembang. [Online] Available: <https://www.google.co.id/travel/hotels/hotel%20shofa%20marwah%20palembang/> (5 Maret, 2023).