



Available online at : <http://jkpbp.ppi.unp.ac.id/>

Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan

| ISSN (Print) 2722-0729 |

Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Tamu di UNP *Hotel and Convention Center* Kota Padang

Ananda Putri Welasasih¹, Hijriyantomi Suyuthie²

¹Universitas Negeri Padang

²Universitas Negeri Padang

Email: anandaputrianan@gmail.com , hsuyuthie@fpp.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu menginap di UNP *Hotel and Convention Centre* dengan jenis penelitian deskriptif yang mana menggunakan metode asosiatif kausal. Sampel pada penelitian ini merupakan tamu yang pernah menginap dan sedang menginap di UNP *Hotel and Convention Centre* yaitu sejumlah 87 orang tamu yang diambil dengan teknik *Non Probability Sampling*. Untuk teknik pengumpulan data disini dengan cara menyebarkan kuesioner dengan dua puluh sembilan butir pernyataan, empat belas butir pernyataan untuk *servicescape* dan lima belas butir pernyataan untuk kepuasan tamu. Selanjutnya data dideskripsikan serta dilakukan uji persyaratan analisis dan pengujian hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dan koefisien determinasi dengan SPSS versi 16.00

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, didapatkan nilai *R Square* dengan angka 0,136 yang artinya pengaruh untuk variabel (X) *servicescape* terhadap variabel (Y) kepuasan tamu dengan angka 13,6% dan selanjutnya 86,4% dikarenakan faktor lain. Maka didapat koefisien regresi dengan angka 0,359 nilai signifikannya adalah $0,000 < 0,5$. Dapat diartikan dalam tingkatan angka 1 satuan *servicescape* mengalami peningkatan 0,359 pada kepuasan tamu. Jadi hipotesisnya adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan *servicescape* mempengaruhi kepuasan tamu.

Kata kunci : *Servicescape*, Kepuasan Tamu.

PENDAHULUAN

Kota Padang menjadi pintu gerbang wisata bagian barat pulau Sumatera yang mana merupakan sentra perekonomian dengan pendapatan tertinggi di wilayah Sumatera Barat (Sjafrizal: Ekonomi Regional). [1] mengatakan, Hotel mempunyai peran penting dan sangat diperlukan sebagai referensi untuk menginap, mengadakan pertemuan, dan juga menjadi lokasi diselenggarakannya suatu acara. Hotel dijadikan sebagai salah satu usaha yang bergerak dalam hal jasa yang mendapatkan keuntungan dengan pelayanan, contohnya yaitu layanan pada kantor depan, tata graha, makan dan minum, dan rekreasi, [2].

UNP Hotel *and Convention Centre*, termasuk dalam kategori hotel bintang tiga di Kota Padang. Hotel ini berlokasi strategis terletak di dalam kompleks Universitas Negeri Padang. UNP Hotel *and Convention Centre* memiliki 6 tipe kamar diantaranya : *Standart Room, Superior Twin, Deluxe Room, Family Executive, Bussiness Room, dan Suite Room*. Serta memiliki 4 *meeting room* dan 1 *ballroom*. Dan juga terdapat fasilitas penunjang seperti *SPA* dan *Restaurant*.

Ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada para tamu dalam dunia perhotelan salah satunya adalah produk dalam pelayanan jasa dari hotel yang bertujuan untuk tercapainya harapan dan kepuasan tamu yang datang. Dalam [3], "Pengertian kepuasan pelanggan ialah penilaian terhadap nilai tambah suatu produk atau jasa yang menjadikan pelanggan merasa senang dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan tersebut". Umumnya kepuasan pelanggan dijadikan salah satu faktor penentu sebuah keberhasilan suatu usaha dibidang perhotelan.

Selain produk, fasilitas dan jasa yang menjadi penentu bagi kepuasan tamu, *servicescape* yang baik juga dijadikan sebagai peran penting dalam mencapai kepuasan tamu. *Servicescape* merupakan tempat penyampaian jasa tersebut berada, [4]. Dalam pelayanan *servicescape* penilaiannya meliputi desain interior dan eksterior, petunjuk (berupa simbol), lokasi parkir, alat yang tersedia oleh penyedia jasa, denah, serta suhu udara yang terdapat di fasilitas tersebut. Ada tiga dimensi *servicescape*, yaitu kondisi lingkungan sekitar, pengaturan letak ruang dan fungsi alat, selanjutnya petunjuk (berupa simbol) dan desain artefak.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama melakukan pra penelitian, terdapat beberapa keluhan dalam hal kepuasan tamu seperti salah satunya adanya tamu mengeluhkan harga terlalu jauh dengan fasilitas yang didapatkan. Seperti kunci yang di harapkan tamu adalah menggunakan *key card* tetapi yang di dapatkan adalah kunci manual (besi). Selanjutnya dalam hal *servicescape* tamu merasa bingung untuk mencari restoran karena tanda petunjuk atau denah hotel secara keseluruhan tidak tersedia. Pentingnya penelitian ini penulis lakukan adalah agar pihak hotel dapat mengevaluasi seberapa pentingnya *servicescape* yang selama ini sudah ada di UNP Hotel *and Convention Centre* supaya tidak terjadi lagi tidak stabilnya jumlah tamu yang menginap.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini tergolong kepada penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survey yang berupa angket tersusun yang disebarakan kepada sampel untuk diisi. Jenis teknik dalam menentukan banyak sampel dalam hal ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* [5]. Didapatkan jumlah 87 orang untuk total responden yang diakui sudah representatif karena jumlah sampel lebih dari batas minimal yaitu sebanyak 30 orang responden. Dalam pengolahan data menggunakan yang menggunakan skala *likert*, dibantu dengan program SPSS 16.00, dalam menentukan besar pengaruh antar variabel di penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan pengujian variabel (X) *servicescape*, berupa kuesioner yang disusun dengan pernyataan yang telah di uji validitas serta reabilitasnya yang kemudian disebar kepada 87 responden untuk diberi jawaban. Jumlah soal yang di berikan sejumlah empat belas butir yang diisi oleh sejumlah responden. Selanjutnya, hasil yang didapatkan dari penelitian dalam hal *servicescape* di UNP Hotel and Convention Centre adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Data *Servicescape*

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Presentase %
Sangat Baik	$\geq 55,995$	5	5,74
Baik	46,665 – < 55,995	57	65,52
Cukup	37,335 – < 26,665	25	28,74
Buruk	27,005 – < 37,335	0	0
Sangat Buruk	< 27,005	0	0
Jumlah		87	100

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dijelaskan bahwa: 5,74% menyatakan sangat baik, 62,52% menyatakan baik, 28,74% menyatakan cukup, dan 0% untuk kategori buruk dan sangat buruk. Maka kesimpulannya penilaian tamu dalam hal *servicescape* di UNP Hotel and Convention Centre dikategorikan baik.

Selanjutnya untuk hasil uji pada variabel (Y) kepuasan tamu, dengan kuesioner yang berisikan lima belas butir pernyataan yang telah di uji validitas serta reabilitasnya yang kemudian diisi oleh 87 orang responden. Maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Data Kepuasan Tamu

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Presentase %
Sangat Baik	≥ 60	3	3,44
Baik	50 – < 60	62	71,27
Cukup	40 – < 60	22	25,29
Buruk	30 – < 60	0	0
Sangat Buruk	< 30	0	0
Jumlah		87	100

Dari tabel tersebut diatas dijelaskan bahwa: 3,44% menyatakan sangat baik, 71,27% menyatakan baik, 25,29% menyatakan cukup, dan 0% untuk kategori buruk dan sangat buruk. Dapat disimpulkan bahwa penialian tamu dalam hal kepuasan tamu di UNP Hotel and Convention Centre dikategorikan baik.

Berdasarkan pada pengujian hipotesis didapatkan nilai Frekuensi 13.381 dengan sig. 0,000 $\leq 0,05$ dan ditemukan nilai t hitung 3.658 dengan taraf sig. 0,000 $< 0,05$, maka variabel (X) *servicescape* mampu menjelaskan variabel (Y) kepuasan tamu dengan jelas. Artinya variabel (X) *servicescape* mempengaruhi variabel (Y) kepuasan tamu, maka H_a diterima dan H_o ditolak. $R\ square = 0,136$ jadi pengaruh variabel *servicescape* terhadap kepuasan tamu adalah 13,6%, sedangkan 86,4% ditentukan oleh faktor lain.

B. Pembahasan

1. *Servicescape* (X)

Dilihat berdasarkan jawaban dari 87 sampel, ditemukan variabel (X) *servicescape* berada pada kategori baik 65,52%. Lalu untuk indikator *ambient conditions*, responden menyatakan baik 47,13%. Pada indikator *spatial layout dan functionality* responden menyatakan baik 52,87%, dan selanjutnya pada indikator *sign, symbol, and artifact* responden menyatakan cukup 54,03%. Mayoritas responden menyatakan baik.

Artinya ialah penilaian tamu tentang *servicescape* di UNP Hotel and Convention Centre menyatakan baik. Dalam membentuk sebuah pengalaman bagi tamu keadaan fisik suatu lingkungan layanan mempunyai peranan penting dalam memperkuat serta mengurangi kepuasan pelanggan, [6]. *Servicescape* masih tergolong pada kategori baik, sebaiknya pihak hotel harus memperhatikan dan meningkatkan lagi layanan lingkungan fisik agar *servicescape* menjadi sangat baik dengan cara memasang denah hotel secara lengkap agar memudahkan tamu yang menginap di UNP Hotel and Convention Centre.

[7] penerapan *servicescape* dapat mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan dan perilaku lainnya. Kepuasan pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan hidup usahanya maupu keberhasilan usahanya [8].

2. Kepuasan Tamu (Y)

Dilihat berdasarkan jawaban dari 87 sampel, data variabel kepuasan tamu (Y) dapat dikategorikan baik 71,27%. Kemudian pada indikator tercapainya harapan tamu responden menyatakan cukup 64,36%. Pada indikator terpenuhinya kebutuhan tamu responden menyatakan baik 54,02%, lalu dari indikator tercapainya keinginan tamu responden menyatakan sangat baik 51,72%, indikator keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali responden menyatakan cukup 67,82%, dan pada indikator keinginan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain dikategori baik 45,97%.

Artinya ialah penilaian tamu terhadap variabel kepuasan tamu secara keseluruhan berada pada kategori baik. Menurut [9], "Kepuasan ialah suatu gambaran perasaan seseorang dengan membandingkan hasil yang didapatkan dengan harapannya". Kepuasan tamu berada dalam kategori baik, namun sebaiknya pihak hotel tetap memperhatikan akan hal terpenuhinya kebutuhan tamu. Seperti adanya bantuan dari staff hotel untuk memenuhi semua kebutuhan tamu.

3. Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Tamu menginap

Terdapat pengaruh (X) *servicescape* terhadap (Y) kepuasan tamu sebesar 13,6% sedangkan 86,4% ditentukan oleh beberapa faktor lainnya. Jadi hipotesisnya yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian *servicescape* mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam memenuhi kepuasan tamu di UNP Hotel and Convention Center.

KESIMPULAN

- 1) *Servicescape* di UNP Hotel and Convention Centre menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai presentase sebesar 65,52% termasuk kategori baik.
- 2) Kepuasan Tamu Menginap di UNP Hotel and Convention Centre dilihat secara keseluruhan dengan angka presentase sebesar 71,27% berada pada kategori baik.
- 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicesape* terhadap kepuasan tamu menginap di UNP Hotel and Convention Centre dengan nilai R square sebesar 0,136. Artinya, pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 13,6% sedangkan 86,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Tjokrowibowo, “ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM RANGKA MEMBANGUN MINAT TRANSAKSI ULANG(Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang),” *J. Sains Pemasar. Indones.*, vol. 12, no. 2, pp. 149–156, 2013, doi: 10.14710/jspi.v12i2.149.
- [2] M. S. Permana, “Pengaruh Country Of Origin , Brand Image, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Intense Pembelian”. Kertas Kerja,” *Univ. Kristen Satya Wacana*, 2013.
- [3] F. Jasfar, *Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- [4] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [5] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. 2015.
- [6] M. Lovelock, Christoper., Jochen, Wirtz., & Jacky, *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia*, 1st ed. Jakarta: Erlangga.
- [7] R. S. Pratama, Meika P. & Setyorini, . “(). Pengaruh servicescape terhadap kepuasan Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis cabang jalan Bengawan Bandung. , Vol. 2. No.1,” *Eproceeding Manag.*, vol. 2, no. 1, 2015.
- [8] Kusuma, “Pengaruh servicescape terhadap kepuasan konsumen hotel Suronegaran Purworejo,” *Ejournal Segmen- Manaj.*, vol. 13, no. 1, 2016.
- [9] S. Danang, *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi, 2013.