

**PENGARUH SERVICE PERFORMANCE TERHADAP REPURCHASE
INTENTION DI THE AXANA HOTEL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana
Sains Terapan Pariwisata (S.ST Par) Universitas Negeri Padang*



**YOLANDA SYAFRI
NIM 2019/19135287**

**PROGRAM STUDI D-IV MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

ABSTRAK

Yolanda Syafri. 2023. Pengaruh *Service Performance* Terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti terhadap kualitas kinerja pelayanan yang diterima oleh pelanggan dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan dengan upaya memberikan kesan serta pengalaman yang berbeda kepada tamu ketika menginap dan memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan kembali di The Axana Hotel Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service performance* terhadap *repurchase intention* di The Axana Hotel Padang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan penyebaran angket kepada tamu yang menginap di The Axana Hotel Padang yang berjumlah 253 sampel. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif kuantitatif, uji asumsi (uji normalitas, uji linearitas, dan uji koefisien determinasi).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service performance* berpengaruh cukup baik dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Dengan melihat nilai beta pada kolom *unstandardized coefficients* adalah 0,874 dan uji t diketahui nilai t hitung adalah 6.282 lebih besar dari t tabel dengan 1,658. Nilai R square adalah 0,15 berarti bahwa sebesar 15% *service performance* yang terjadi dapat dijelaskan dengan variabel *repurchase intention*.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH SERVICE PERFORMANCE TERHADAP REPURCHASE
INTENTION DI THE AXANA HOTEL PADANG

Nama : Yolanda Syafri
NIM/BP : 19135287/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

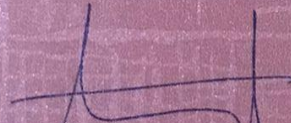
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dwi Pratiwi Wulandari S.ST Par. M.M Par
NIP. 1999007302019032015

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Service Performance terhadap Repurchase Intention di The Axana Hotel Padang
Nama : Yolanda Syafri
NIM/BP : 19135287/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

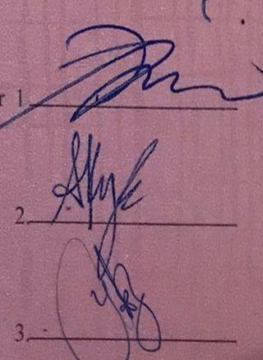
Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dwi Pratiwi Wulandari, S.ST Par. M.M Par 1

2. Anggota : Arif Adrian, SE, M.SM

3. Anggota : Yuke Permata Lisna, SST, M.Par





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yolanda Syafri
NIM/TM : 19135287 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Kepala Departemen Pariwisata

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,



Yolanda Syafri
NIM. 19135287

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang” dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan skripsi ini, menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc, selaku Kepala Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari , SST. Par., MM. Par selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan motivasi, saran, arahan serta bimbingan kepada untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Bapak Arif Adrian, S.E, M.M selaku dosen penguji 1 yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi saran yang membangun.
5. Ibu Yuke Permata Lisna, S.ST., M.Par selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi saran yang membangun.
6. Pihak The Axana Hotel Padang yang telah membantu dan memberikan data yang dibutuhkan.

7. Kepada kedua orang tua, Ayah dan Bunda yang tidak lelah memotivasi untuk selalu maju dan selalu mendoakan.
8. Dan terima kasih kepada teman-teman yang banyak membantu selama skripsi ini.

Padang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
A. Kajian Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Konseptual.....	18
D. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	21
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	21
C. Variabel Penelitian	21
D. Defenisi Operasional Variabel	22
E. Populasi dan Sampel Penelitian	23
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	27
G. Instrumen Penelitan	28
H. Uji Coba Instrumen.....	30
I. Teknik Analisis Data	34
J. Uji Persyaratan Analisis.....	35
K. Pengujian Hipotesis	36

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden	38
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Menginap ...	40
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	41
B. Deskripsi Data	42
C. Uji Persyaratan Analisis	58
D. Pengujian Hipotesis	61
E. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	72
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	77
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. <i>Review</i> Konsumen 1	5
Gambar 2. <i>Review</i> Konsumen 2	7
Gambar 3. <i>Review</i> Konsumen 3	8
Gambar 4. <i>Review</i> Konsumen 4	8
Gambar 5. <i>Review</i> Konsumen 5	9
Gambar 6. Kerangka Konseptual.....	19

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Akomodasi Hotel Provinsi Sumatera Barat Tahun 2019-2021	2
Tabel 2. Daftar Occupancy di The Axana Hotel Padang Tahun 2022	4
Tabel 3. Jumlah Data Karyawan di The Axana Hotel Padang Tahun 2023 ..	6
Tabel 4. Tingkat Hunian Kamar di The Axana Hotel Padang Periode Januari 2022-Desember 2022	23
Tabel 5. Jumlah sampel Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%	25
Tabel 6. Pilihan Jawaban Skala Likert	28
Tabel 7. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel 8. Uji Validitas	32
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 9. Interpretasi Nilai r (AlphaCronbach)	33
Tabel 10. Teknik Klasifikasi	34
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Umur Responden	39
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden	40
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Berapa Kali Menginap Responden	41
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden	41
Tabel 16. Statistik Service Performance	42
Tabel 17. Skor Jawaban Responden Tentang Service Performance	43
Tabel 18. Statistik Time	44
Tabel 19. Skor Jawaban Responden Tentang Time	44
Tabel 20. Statistik Accessibility	45
Tabel 21. Skor Jawaban Responden Tentang Accessibility	46
Tabel 22. Statistik completeness	47
Tabel 23. Skor Jawaban Responden Tentang Completeness	47
Tabel 24. Statistik Courtesy	48

Tabel 25.	Skor Jawaban Responden Tentang Courtesy	49
Tabel 26.	Statistik Responsiveness	50
Tabel 27.	Skor Jawaban Responden Tentang Responsiveness.....	50
Tabel 28.	Statistik Repurchase Intention.....	51
Tabel 29.	Skor Jawaban Responden Tentang Repurchase Intention	52
Tabel 30.	Statistik Minat Transaksional.....	53
Tabel 31.	Skor Jawaban Responden Tentang Minat Transaksional	53
Tabel 32.	Statistik Minat Refrensial.....	54
Tabel 33.	Skor Jawaban Responden Tentang Minat Refrensial	55
Tabel 34.	Statistik Minat Preferensial	56
Tabel 35.	Skor Jawaban Responden Tentang Minat Preferensial.....	56
Tabel 36.	Statistik Minat Eksploratif	57
Tabel 37.	Skor Jawaban Responden Tentang Eksploratif.....	58
Tabel 38.	Uji Normalitas	59
Tabel 39.	Uji Homogenitas.....	60
Tabel 40.	Uji Linearitas	61
Tabel 41.	Koefisien Determinasi (R square)	62
Tabel 42.	Nilai Signifikansi.....	62
Tabel 43.	Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y.....	63

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jasa akomodasi merupakan jasa yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan industri pariwisata. Perkembangan industri pariwisata ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan sehingga kebutuhan jasa akomodasi pun semakin bertambah. Menurut Ismayanti (2011:72) akomodasi merupakan sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, serta dilengkapi dengan pelayanan makanan dan minuman sebagai sarana pendukung pariwisata untuk wisatawan.

Jenis-jenis akomodasi itu sendiri antara lain : *Hotel, Motel, Cottages, Guest House, Bungalow, Mess, Home stay, Losmen, INN, Camping / Perkemahan* (Ismayanti 2011:72). Setiap akomodasi tersebut menyediakan berbagai fasilitas dan pelayanan sesuai dengan jenis akomodasi itu sendiri. Pesatnya perkembangan industri pariwisata ini secara global maka tentu para wisatawan membutuhkan akomodasi untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan. Salah satunya adalah hotel.

Menurut Arjana (2016:42) hotel berasal dari bahasa latin yaitu "*hospes*" yang memiliki arti orang asing yang menginap di rumah seseorang". Lain halnya menurut Prakoso (2017:4) yang menyatakan bahwa hotel berasal dari bahasa Yunani yaitu "*hostels*" yang memiliki arti memberi tempat perlindungan kepada orang asing yang memberi upah kepada pemiliknya".

Berdasarkan defenisi para ahli tersebut maka menyimpulkan bahwa hotel dikategorikan sebagai pelayanan publik atau pelayanan untuk

masyarakat umum dimana didalamnya terdapat pelayanan kamar, makanan, minuman, dan fasilitas penunjang lainnya.

Ada beberapa klasifikasi hotel menurut Prakoso (2017:4) antara lain Hotel Melati, Hotel Bintang satu, Hotel Bintang dua, Hotel bintang tiga, Hotel bintang empat, Hotel bintang lima. Berdasarkan klasifikasi tersebut tersebar diseluruh Indonesia termasuk di provinsi Sumatera Barat. Berikut ini adalah data jenis hotel bintang dan non bintang yang ada di Sumatera Barat.

Tabel 1. Jumlah Akomodasi Hotel Provinsi Sumatera Barat Tahun 2019-2021

Jenis Hotel	Tahun		
	2019	2020	2021
Hotel Bintang (*, **, ***, ****)	82	79	91
Hotel Non Bintang	626	780	775

Sumber : *www.BPS.go.id, 2021*

Berdasarkan pada tabel 1 diatas terlihat bahwa pada tahun 2019-2021 mengalami pertumbuhan yang tidak seimbang dikarenakan banyaknya kualifikasi standar bintang yang tidak lagi tercapai oleh Hotel tersebut (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 pasal 1 ayat 8). Mengingat perkembangan jumlah hotel bintang dan non bintang yang cenderung tidak seimbang, menimbulkan persaingan perhotelan di provinsi Sumatera Barat menjadi sangat ketat, termasuk Kota Padang yang memiliki jumlah 46 hotel bintang (*, **, ***, ****) dan 122 hotel non bintang pada tahun 2021 (*www.BPS.go.id, 2021*). Salah satu dari hotel berbintang tersebut adalah The Axana Hotel Padang.

The Axana Hotel adalah salah satu hotel berbintang empat yang ada di Kota Padang, serta dilengkapi dengan fasilitas lengkap layaknya hotel bintang empat. Hotel ini menyediakan pelayanan yang kental dengan keramah tamahan khas Indonesia khususnya Minangkabau yang memiliki 133 kamar, terdiri dari beberapa tipe antara lain: 43 *Superior rooms*, 77 *Deluxe rooms*, 4 *Family room*, 9 *Executive rooms*, dan 9 *Junior suite rooms*. Hotel ini juga memiliki beberapa fasilitas untuk tamu yang datang seperti *CTC Lounge*, *Zamrud Sky Restaurant*, *Jade Restaurant*, *Roof Top Healthy Club (Swimming pool, SPA, Pool Bar, Fitness Centre)*, *Laundry Service*, *Money Changer*, *Excelso Coffee Shop*, *Executive Witz Club*, *Universal Bilyard & Karaoke*, *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *Business Centre*, *Basement Parking Area*, *Wifi Internet Service*, *Musholla*, *Spacious Ballroom*, *12 Meeting Rooms*, *24 Hours Room Service*, dan *24 Hours Operator Service*. Melalui departemen yang ada tersebut, Hotel Axana memperhatikan kebutuhan tamu yang menginap.

Setiap hotel tentu harus memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada tamu. Menurut Cronin dan Taylor (2014:112) menyatakan *service performance* adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh pelanggan itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Selain itu Hotel Axana berupaya memberikan kesan serta pengalaman yang berbeda kepada tamu ketika menginap atau berkunjung agar tamu tersebut dapat merasakan kesenangan dan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang di The Axana Hotel Padang.

Menurut Hasan (2013:131), menyatakan “Pada dasarnya minat beli ulang merupakan suatu perilaku seseorang disebabkan oleh perilaku masalah (pengalaman konsumsi) yang secara langsung mempengaruhi minat untuk mengkonsumsi ulang pada waktu yang akan datang. Minat beli ulang tersebut sangat penting dipertahankan oleh sebuah hotel. Namun pada kenyataannya, jumlah persentase tertinggi tamu yang melakukan pembelian ulang di The Axana Hotel Padang tidak mencapai target yang ditentukan, seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 2 Daftar *Occupancy* di The Axana Hotel Padang Tahun 2022

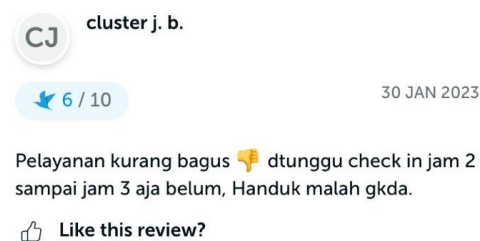
No	Bulan	Target	Occupancy	Percentage Occupancy	Repeater Guest Percentage
1	Januari 2022	80%	1.350	32%	5.5%
2	Februari 2022	80%	1.541	40.4%	9%
3	Maret 2022	80%	2.016	47.8%	8%
4	April 2022	80%	912	22.3%	7.5%
5	Mei 2022	80%	3.259	77.3%	15.5%
6	Juni 2022	80%	2.366	57.9%	9%
7	Juli 2022	80%	2.636	62.5%	5.5%
8	Agustus 2022	80%	2.170	53.8%	7%
9	September 2022	80%	2.566	62.8%	6.8%
10	Oktober 2022	80%	2.564	60.8%	7.6%
11	November 2022	80%	3.516	83.3%	15.3%
12	Desember 2022	80%	2.962	70.2%	21%
	Rata-rata persentase tamu dalam melakukan pembelian ulang pada tahun 2022				11%

Sumber : *Human Resources Manager The Axana Hotel Padang 2023*

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah tamu yang melakukan pembelian ulang di The Axana Hotel Padang perbulannya tidak stabil, dapat dilihat dari bulan Januari sampai Februari 2022 mengalami peningkatan tamu

yang melakukan pembelian ulang, dan di bulan Maret sampai April 2022 mengalami penurunan tamu dalam pembelian ulang. Di bulan Mei 2022 mengalami peningkatan yang cukup strategis dan kembali lagi menurun di bulan Juni sampai dengan bulan September 2022, namun pada bulan berikutnya yaitu Oktober sampai Desember 2022 mengalami peningkatan yang cukup tinggi dari bulan sebelumnya. Meskipun terjadi peningkatan pada beberapa bulan tertentu, namun peningkatan capaian target *occupancy* tersebut belum mencapai target yang ditetapkan yaitu 80% dengan rata-rata persentase tamu dalam melakukan pembelian ulang ialah 11% di tahun 2022.

Berdasarkan pengalaman yang dilakukan saat PLI ke 2 di The Axana Hotel Padang pada tahun 2022, ditemukan permasalahan bahwa adanya *complain* tamu terhadap lamanya penyajian makanan yang datang kepada tamu sehingga makanan menjadi dingin. Selain itu juga menemukan masalah lain yang disampaikan oleh tamu pada OTA (*online travel agent*) dan Google yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Review Konsumen 1

Sumber : www.traveloka.com

Gambar diatas menunjukkan ulasan pengalaman tamu yang mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan *front office* saat melakukan proses check in masih lambat, tamu tersebut menunggu *check in* dari jam

14.00 WIB tetapi sampai jam 15.00 WIB belum ada kepastian. Masalah ini mengacu pada indikator *time* dimana tamu akan tidak puas jika waktunya terbuang. Selain itu masalah lainnya disebutkan bahwa tamu *complain* terkait *amenities* yang tidak tersedia di *bathroom*.

Dilihat dalam kasus lambatnya karyawan melayani tamu, mendapatkan penyebab yang muncul dikarenakan kurangnya karyawan yang ada di The Axana Hotel Padang ini. Mendapatkan total keseluruhan karyawan yang diperoleh dari *Human Resources Department* di The Axana Hotel Padang sejumlah 99 orang. Menurut Mondy (2008:4) manajemen sumber daya manusia adalah pemanfaatan sejumlah individu untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Dari teori tersebut secara tidak langsung mengatakan jumlah SDM mempengaruhi kinerja di The Axana hotel. Berikut jumlah data karyawan The Axana Hotel yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 3 Jumlah Data Karyawan di The Axana Hotel Padang Tahun 2023

No	Departemen	Jumlah Karyawan
1	Front Office	10 orang
2	Sales Marketing	5 orang
3	Housekeeping	15 orang
4	Food & Beverage Service	11 orang
5	Food & Beverage Product	15 orang
6	Accounting	15 orang
7	Informasi Teknologi (IT)	2 orang
8	Engineering	13 orang
9	Human Resources & Security	17 orang
10	Driver	6 orang
Total		99 orang

Sumber : *Human Resources Manager The Axana Hotel Padang tahun 2023*

Selanjutnya dari ulasan pengalaman tamu dibawah dapat dilihat bahwa tamu merasakan pengalaman tidak menyenangkan, ia mengatakan untuk hotel sekelas bintang empat (****) fasilitas remot tv yang disediakan patah. Masalah lainnya yaitu akses pintu balkon yang tidak bisa dikunci, tamu khawatir akan adanya penyusup yang datang jika pintu balkon tidak dikunci, masalah ini mengacu kepada indikator *accessibility* dimana indikator pelayanan ini berhubungan dengan akses atau kemudahan tamu untuk mengakses lokasi penyedia jasa. Selain itu tamu juga *complain* bahwa kran *jet shower* yang ada di *closet* juga sering macet.



Gambar 3. Review Konsumen 2

Sumber : www.traveloka.com

Gambar dibawah ini menunjukkan ulasan pengalaman tamu yang mengatakan The Axana Hotel Padang ini bagus dan mempunyai *staff* yang ramah, hanya saja ketersediaan tempat parkir yang sedikit, akhirnya tamu menitipkan mobil ke *staff* hotel dan memarkirkannya diseberang jalan. Masalah ini mengacu kepada indikator *completeness* dimana pelayanan jasa ini berhubungan dengan perusahaan dalam memberikan fasilitas dan prasarana kepada tamu.



Gambar 4. Review Konsumen 3

Sumber : www.traveloka.com

Dari ulasan pengalaman tamu dibawah ini menunjukkan bahwa tamu kekurangan perlengkapan *amenities* yang ada di kamar mandi, lalu tamu tersebut telah menghubungi pihak *housekeeping* untuk melengkapinya tetapi karyawan *housekeeping* tidak datang. Indikator yang tepat untuk masalah ini ialah *courtesy* dimana pelayanan jasa yang meliputi sikap kontak karyawan untuk memperhatikan dan memahami kebutuhan pelanggan. Bukan hanya itu saja, permasalahan lain terjadi dikarenakan fasilitas *air conditioner (Ac)* nya yang panas.



Gambar 5. Review Konsumen 4

Sumber : www.traveloka.com

Gambar dibawah ini menunjukkan ulasan pengalaman tamu yang mengatakan karyawan *housekeeping* yang tidak jujur, jaket dan baju tamu tersebut tertinggal didalam kamar, tetapi hanya baju yang diberikan kepada tamu dan jaketnya tidak ada. Indikator yang tepat dalam permasalahan ini

adalah *responsiveness* dimana indikator pelayanan meliputi kemampuan karyawan dalam membantu memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan rasa tanggung jawab karyawan. Masalah lainnya dalam gambar tersebut yaitu tamu *complain* terhadap *duve* yang kotor.



Gambar 6. Review Konsumen 5

Sumber :www.traveloka.com

Ulasan yang telah diuraikan diatas merupakan ancaman bagi hotel karena telah memberikan kesan serta pengalaman yang tidak menyenangkan bagi tamu dan menyebabkan tamu tidak ingin kembali menginap di The Axana Hotel Padang. Jika keadaan tersebut dibiarkan secara terus menerus, tentu akan menjadi masalah bagi hotel karena diduga dapat menyebabkan penurunan penjualan kamar hotel dan kurangnya minat berkunjung kembali tamu ke hotel axana ini.

Dalam minat berkunjung kembali, juga mendapatkan komentar ataupun *complain* saat pelaksanaan lapangan Industri di The Axana Hotel Padang yang berkaitan dengan indikator minat beli ulang seperti minat *transaksional*, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk/jasa, masalah yang terkait dalam indikator tersebut yaitu adanya keluhan tamu terhadap harga kamar yang ditawarkan tidak sesuai harapan. Kedua adalah indikator minat

refrensial yaitu cenderung untuk mereferensikan produk yang pernah di pakai kepada orang lain. Masalah ini mengacu kepada tamu yang tidak merekomendasikan hotel Axana menjadi hotel utama dikarenakan pelayanan yang kurang baik. Ketiga adalah minat *preferensial* yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk/jasa tersebut. Masalah ini mengacu pada tingkat persentase minat beli ulang yang terlihat di tabel ke 2 dengan persentase tertinggi yaitu 21%, bahwa masih sedikitnya tamu yang menjadikan Hotel Axana ini menjadi pilihan utama dari hotel lainnya. Kemudian minat *eksploratif* yaitu minat yang muncul dari perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait produk/jasa yang diminatinya. Masalah yang terdapat di indikator ini adalah hasil wawancara kepada tamu yaitu kurangnya informasi tamu mengenai promo hotel Axana terhadap tamu lokal, sehingga tamu tersebut mengalami keluhan saat mendapati harga yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan oleh tamu.

Oleh karena itu, Hotel Axana harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun, maka sangat berpengaruh juga terhadap tingkat minat berkunjung kembali tamu ke Hotel Axana ini. Ketidakpuasan tamu diduga karena pelayanan dan harga yang ditawarkan belum sesuai yang diharapkan oleh tamu sehingga tamu bisa berpindah ke hotel lainnya dengan alasan masih kurangnya kualitas pelayanan di Hotel Axana. Pernyataan ini diperkuat oleh data *repeater guest percentace* yang belum mencapai target yaitu hanya 21%.

Berdasarkan penjelasan diatas, tertarik untuk melakukan sebuah penelitian di The Axana Hotel Padang yang dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan dalam minat berkunjung kembali yang berjudul **“Pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya keterlambatan karyawan *Front Office* saat proses *check in*.
2. Kurangnya fasilitas slot parkir yang ada .
3. *Amenities* yang ada di bathroom tidak lengkap.
4. Kurangnya pengetahuan pramusaji saat melakukan pembayaran melalui mesin *card* (EDC).
5. Adanya keluhan tamu terhadap fasilitas yang rusak.
6. Tamu tidak merekomendasikan untuk mengunjungi The Axana Hotel Padang.
7. Adanya ketidakpuasan tamu terhadap harga kamar yang ditawarkan.
8. Kurangnya ketertarikan tamu untuk mengajak orang lain menginap di hotel tersebut.
9. Masih sedikitnya tamu yang menjadikan hotel ini menjadi pilihan utama dari hotel yang lainnya.
10. Masih kurangnya informasi mengenai promo hotel Axana terhadap tamu lokal.

C. Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut serta identifikasi masalah, peneliti perlu membatasi masalah yang diteliti, sehingga pembahasan penelitian ini pada Pengaruh *Service Performance* dengan *Repurchase Intention* dan upaya yang dilakukan dalam peningkatan kualitas pelayanan di The Axana Hotel Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *Service Performance* di The Axana Hotel Padang ?
2. Bagaimana *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang ?
3. Bagaimana pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan *Service Performance* di The Axana Hotel Padang.
- b. Mendeskripsikan *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang.
- c. Menganalisis pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak The AxanaHotel Padang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran dan pemahaman lebih mengenai pengaruh *Service Performance* terhadap *Repurchase Intention* di The Axana Hotel Padang.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akandatang.

3. Bagi Peneliti lain

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam menambah pengetahuan khususnya di bidang perhotelan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar untuk penelitian berikutnya dan menambah teori-teori baru untuk penelitian sejenis.

4. Bagi Peneliti

Peneliti ini diharapkan dapat menjadi media dalam mengaplikasikan dan membandingkan ilmu yang telah didapat selama dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang ditemukan di lapangan.