

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUASAN TAMU DI GRAND BASKO HOTEL PADANG

SKRIPSI

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



OLEH :

**REZKI AMELIA PUTRI
19135124/2019**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUASAN TAMU DI GRAND BASKO HOTEL
PADANG

Nama : Rezki Amelia Putri
NIM/BP : 19135124/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Februari 2024

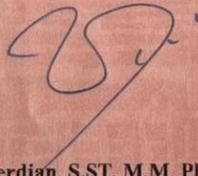
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par, MM.Par
NIP. 199007302019032015

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

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 Dimensi Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Tamu Di Grand Basko Hotel Padang
Nama : Rezki Amelia Putri
NIM/BP : 19135124/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Februari 2024

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par, MM.Par

1.

2. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE

2.

3. Anggota : Lise Asnur, M.Pd

3.



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 : Rezki Amelia Putri
NIM/TM : 19135124/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Tamu di Grand Basko 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

Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,



Rezki Amelia Putri
NIM. 19135124

ABSTRAK

Rezki Amelia Putri, 2024 : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Tamu di Grand Basko Hotel Padang

Penelitian ini dilakukan karena adanya permasalahan pada kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan dan *perceived value* di Grand Basko Hotel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan tamu di Grand Basko Hotel. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang berfokus pada hubungan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah para tamu yang pernah menginap di Grand Basko Hotel, dengan jumlah sampel sebanyak 141 responden yang dipilih menggunakan teknik sampel *purposive sampling*.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner (angket) yang menggunakan skala *likert* yang telah melewati uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu, data penelitian diproses menggunakan perangkat lunak SPSS 26.00, dan hasil analisisnya disajikan dalam bentuk tabel. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa dimensi Kualitas Pelayanan (X1) dinilai baik dengan persentase 36,00%, *perceived value* (X2) juga dinilai baik dengan persentase 35,00%, dan kepuasan tamu juga dinilai baik dengan persentase 31,00%.

Berdasarkan pengujian regresi linier F 25.562 dengan sig 0,00 < 0,05 maka variabel dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan tamu dengan nilai *R Square* 0,261. Dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* mempengaruhi kepuasan tamu secara signifikan sebesar 26,1% dan 73,9% oleh faktor lainnya.

Kata kunci : Dimensi Kualitas Pelayanan, *Perceived Value*, Kepuasan Tamu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dan memberikan kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Tamu Di Grand Basko Hotel Padang**” Skripsi penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang.

Penyusunan skripsi ini, peneliti dibimbing serta diberi motivasi dan semangat oleh berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si selaku Wakil Dekan satu Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE selaku Kepala Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Dan selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini
4. Bapak Youmil Abrian, SE., MM selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, S.ST. Par., MM Par selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

6. Ibu Lise Asnur, M.Pd selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Dosen, Staff Pengajar, Teknisi, dan Administrasi pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Pihak Grand Basko Hotel Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
9. Kedua Orang Tua serta Keluarga Besar tercinta atas doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga peneliti bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya peneliti juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, Februari 2024
Peneliti

Rezki Amelia Putri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
A. Aspek-aspek Teoritis.....	17
B. Kerangka Konseptual	27
C. Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Variabel Penelitian	29
D. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	30
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
G. Instrumen Penelitian.....	34
H. Uji Coba Instrumen	36
I. Teknik Analisis Data	40
J. Uji Pesyaratan Analisis.....	41
K. Pengujian Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44

B. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1. Jumlah Tamu Yang Menginap di Grand Basko Hotel Padang	31
Tabel 2. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	34
Tabel 3. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 5. Interpretasi Nilai R (<i>Alpha Cronbach</i>).....	39
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	39
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Value</i>	39
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Tamu.....	39
Tabel 9. Klasifikasi Skor Responden	40
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap	46
Tabel 14. Data Statistik Variabel Kualitas Pelayanan	47
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 16. Data Statistik Indikator Kehandalan (<i>Reliability</i>).....	49
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Indikator Kehandalan (<i>Reliability</i>).....	49
Tabel 18. Data Statistik Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	50
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	51
Tabel 20. Data Statistik Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>).....	52
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>).....	53
Tabel 22. Data Statistik Indikator Empati (<i>Empathy</i>).....	54
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Indikator Empati (<i>Empathy</i>).....	54
Tabel 24. Data Statistik Indikator Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	55
Tabel 25. Distribusi Frekuensi Indikator Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	56
Tabel 26. Data Statistik Variabel <i>Perceived Value</i>	57
Tabel 27. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Value</i>	58
Tabel 28. Data Statistik Indikator Kualitas Produk	59
Tabel 29. Distribusi Frekuensi Indikator Kualitas Produk.....	59
Tabel 30. Data Statistik Indikator Harga	60
Tabel 31. Distribusi Frekuensi Indikator Harga.....	61
Tabel 32. Data Statistik Indikator Suasana Nyaman.....	62
Tabel 33. Distribusi Frekuensi Indikator Suasana Nyaman.....	63
Tabel 34. Data Statistik Indikator Tingkat Pelayanan	64
Tabel 35. Distribusi Frekuensi Indikator Tingkat Pelayanan.....	64

Tabel 37. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Tamu	66
Tabel 38. Data Statistik Indikator Kesesuaian Harapan	67
Tabel 39. Distribusi Frekuensi Indikator Kesesuaian Harapan.....	68
Tabel 40. Data Statistik Indikator Minat Berkunjung Kembali	69
Tabel 41. Distribusi Frekuensi Indikator Minat Berkunjung Kembali	70
Tabel 42. Data Statistik Indikator Kesiediaan Merekomendasikan	71
Tabel 43. Distribusi Frekuensi Indikator Kesiediaan Merekomendasikan	72
Tabel 44. Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 45. Hasil Uji Heterokedastitas Melalui Uji Glejser	74
Tabel 46. Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 47. Hasil Uji F	76
Tabel 48. Hasil Koefisien Regresi	77
Tabel 49. Angka <i>R-Square</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Tingkatan Usaha Akomodasi Tahun 2018 – 2022	2
Gambar 2. Grand Basko Hotel Padang	4
Gambar 3. <i>Online Review</i> mengenai <i>Reliability</i>	5
Gambar 4. <i>Online Review</i> mengenai <i>Responsiveness</i>	6
Gambar 5. <i>Online Review</i> mengenai <i>Assurance</i>	6
Gambar 6. <i>Online Review</i> mengenai <i>Emphaty</i>	7
Gambar 7. <i>Online Review</i> mengenai <i>Tangible</i>	7
Gambar 8. <i>Online Review</i> mengenai kualitas produk	8
Gambar 9. <i>Online Review</i> mengenai harga yang sesuai	9
Gambar 10. <i>Online Review</i> mengenai tingkat pelayanan.....	9
Gambar 11. <i>Online Review</i> mengenai suasana yang nyaman	10
Gambar 12. <i>Online Review</i> mengenai Kesesuaian Harapan	11
Gambar 13. <i>Online Review</i> mengenai Minat Berkunjung Kembali.....	11
Gambar 14. <i>Online Review</i> mengenai Kesediaan Merekomendasikan.....	12
Gambar 15. Kerangka Konseptual	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	89
2. Tabulasi Data Uji Coba Penelitian.....	93
3. Uji Validitas	94
4. Uji Reliabilitas	97
5. Tabulasi Data Penelitian	98
6. Analisis Deskriptif Penelitian	100
7. Uji Persyaratan Analisis.....	102
8. Uji Regresi Linear Berganda	103
9. Dokumentasi	104
10. Surat Balasan Penelitian.....	105

BAB I

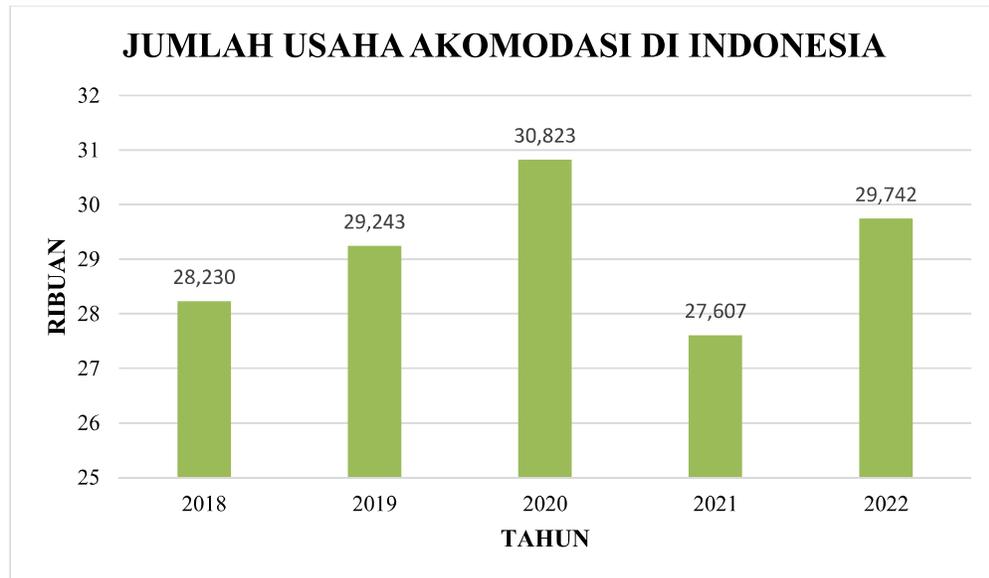
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi yang sedang berlangsung seperti saat ini, serta persaingan bisnis yang terjadi antar pelaku bisnis berlangsung dengan semakin ketat. Globalisasi telah menyebabkan berbagai industri berkembang pesat, baik itu industri produk atau industri jasa (Nurcahyo, Fitriyani, dan Hudda, 2017). Salah satu sektor Industri terbesar dan memiliki perkembangan yang sangat cepat di dunia adalah industri pariwisata. Sektor tersebut memiliki pengaruh yang sangat positif dan memberikan kontribusi besar untuk pertumbuhan ekonomi, mengurangi tingkat kemiskinan, menyediakan lapangan pekerjaan dan berbagai pengaruh positif lainnya dalam bidang ekonomi, sosial, politik, dan budaya. (Mutiara, 2021).

Menurut Prayogo (2018), Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Dalam industri pariwisata terdapat berbagai usaha pariwisata, yaitu usaha menyediakan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Sebagai negara kepulauan, potensi Indonesia untuk mengembangkan industri pariwisata sangatlah besar, sejuta keindahan alam, kultur, dan warisan leluhur Indonesia yang orisinal adalah nilai lebih yang perlu terus dipromosikan, oleh karena itu pariwisata merupakan sektor ekonomi

penting di Indonesia. Perkembangan industri pariwisata yang dilansir dari Badan Pusat Statistik sebagai berikut.



Gambar 1. Tingkatan Usaha Akomodasi Tahun 2018 – 2022
Sumber: Badan Pusat Statistik

Gambar satu menunjukkan peningkatan jumlah usaha akomodasi yang ada di Indonesia. Tahun 2018 terdapat 28,230 ribu jumlah usaha akomodasi. Tahun 2019 mengalami sedikit peningkatan yaitu 29,243 ribu jumlah usaha akomodasi. Tahun 2020 mengalami peningkatan sehingga menjadi 30,823 ribu jumlah usaha akomodasi. Tahun 2021 mengalami penurunan drastis menjadi 27,607 ribu jumlah usaha akomodasi. Tahun 2022 mengalami peningkatan 29,742 ribu jumlah usaha akomodasi.

Padang merupakan salah satu kota terbesar di Pulau Sumatera. Kota Padang mempunyai tempat wisata yang banyak dan menjadi favorit wisatawan untuk berkunjung ke Kota Padang. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik Tahun 2019 wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang adalah 49.521 orang.

Tahun 2020 wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang adalah 13.020 orang. Menurunnya angka wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang akan berdampak terhadap sektor lain yaitu perhotelan atau penginapan yang berada disekitar lokasi tempat wisata di Kota Padang. Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata atau semakin berkembangnya suatu daerah karena pariwisatanya sehingga dibutuhkan pelayanan jasa penginapan atau hotel.

Hotel merupakan tempat menginap yang terdiri atas beberapa atau banyak kamar yang disewakan kepada masyarakat umum untuk waktu-waktu tertentu serta menyediakan makanan dan minuman untuk para tamunya, (Hurdawaty dan Parantika, 2018:7). Hotel menjadi sangat penting karena menjadi kebutuhan tempat untuk beristirahat, menginap, *meeting*, maupun merencanakan kegiatan lain sambil berwisata. Hotel merupakan suatu organisasi yang bergerak dibidang jasa dengan fokus kegiatannya adalah untuk melayani tamu hotel melalui pelayanan yang berkualitas. Hotel diharuskan memiliki bentuk pelayanan yang terbaik untuk ditawarkan kepada tamu hotelnya agar tamu hotelnya memilih jasanya. Pemberian pelayanan yang terbaik tentu setiap hotel akan membuat kreatifitas ataupun inovasi untuk memperluas pasar tamu hotelnya, maka kompetisi sebagai penyedia pelayanan terbaik dan terjangkau akan terlihat dalam kemudahan memperoleh informasi. Salah satu hotel di Kota Padang yang menyediakan pelayanan tersebut adalah Grand Basko Hotel.



Gambar 2. Grand Basko Hotel Padang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Grand Basko Hotel merupakan salah satu hotel bintang 4 (****) yang berlokasi di kota Padang. Grand Basko Hotel terletak di lokasi yang strategis dan memiliki pelayanan standar internasional serta fasilitas yang memadai. Hotel ini memiliki 7 (tujuh) *department* yaitu *Human Resource Department*, *Accounting Department*, *Sales & Marketing Department*, *Front Office Department*, *Housekeeping Department*, *Food & Beverage Department* and *Engineering Department*. Grand Basko Hotel memiliki 180 kamar dengan tipe yang berbeda dan memiliki fasilitas masing-masing di setiap kamar tersebut. Termasuk 153 kamar *modern* dan 27 kamar *suite*, para tamu dapat menikmati pelayanan yang berkualitas di Grand Basko Hotel.

Tjiptono dan Chandra (2016) berpendapat bahwa Kualitas Pelayanan yaitu kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang mendefinisikan sebagai dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan akan meningkat apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian,

kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan. Dimensi kualitas pelayanan tersebut terdiri dari *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Kepedulian), dan *Tangible* (Bukti Langsung).

Pada umumnya sebagian besar perusahaan pada bidang pariwisata dan non pariwisata yang menyediakan jasa pelayanan kepada tamu tidak pernah lepas dari keluhan para tamu, salah satunya yang terjadi di Grand Basko Hotel Padang berupa keluhan mengenai fasilitas yang berada di dalam kamar. Studi awal tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan tamu selama melaksanakan Magang Bersertifikat II di Grand Basko Hotel Padang dengan kesimpulan bahwa tamu merasa kualitas pelayanan hotel yang kurang memuaskan dikarenakan beberapa peralatan berupa colokan listrik yang tidak berfungsi dengan baik. Pada komentar situs *online* ada beberapa tamu hotel yang merasa puas dan ada beberapa tamu yang keinginannya belum terpenuhi atau belum sesuai dengan yang diharapkannya. Berikut ini adalah beberapa keluhan tamu tentang fasilitas dan kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel yaitu *Reliability* (Keandalan).

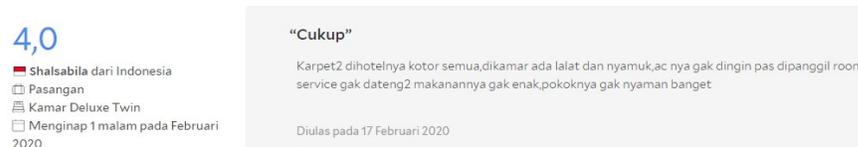


Gambar 3. Online Review mengenai *Reliability*
Sumber: Google.com

Kehandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 3 bahwa pihak hotel belum memberikan pelayanan yang

terbaik kepada tamu yang menginap sehingga masih ditemukannya tanggap tamu yang belum memuaskan.

Selanjutnya keluhan tamu tentang fasilitas dan kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel yaitu *Responsiveness* (Daya Tanggap).



Gambar 4. Online Review mengenai Responsiveness
Sumber: Agoda.com

Responsiveness (Daya Tanggap) merupakan kesigapan karyawan dalam membantu tamu dengan cepat dan tanggap serta kecepatan dalam penanganan keluhan tamu. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4 bahwa pihak hotel tidak menangani keluhan tamu dan membantu tamu dengan cepat, sehingga menimbulkan *complain* dari para tamu.

Kemudian keluhan tamu tentang fasilitas dan kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel yaitu *Assurance* (Jaminan).

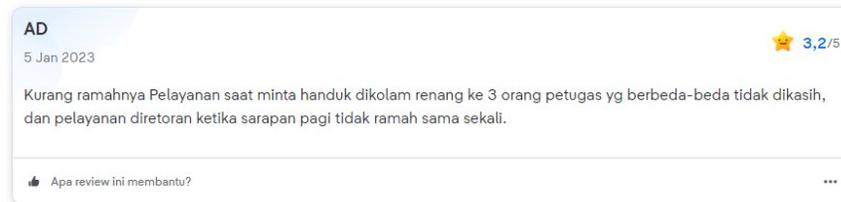


Gambar 5. Online Review mengenai Assurance
Sumber: Pegipegi.com

Assurance (Jaminan) merupakan jaminan terhadap kesopan santunan kepada tamu, kepercayaan yang tinggi dari tamu akan pelayanan, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 5 bahwa pihak

hotel tidak memberikan kepercayaan terhadap pelayanan kepada tamu, dan tamu juga merasa tidak aman sehingga menimbulkan keraguan atau risiko.

Selanjutnya keluhan tamu tentang fasilitas dan kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel yaitu *Empathy* (Kepedulian).



Gambar 6. Online Review mengenai *Empathy*
Sumber: Tiket.com

Empathy (Kepedulian) yaitu memberikan perhatian yang tulus kepada tamu dengan berupaya memahami keinginan tamu dan tidak membedakan status sosial tamu dalam memberikan pelayanan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 6 bahwa tidak adanya kepedulian karyawan terhadap kebutuhan tamu, sehingga tamu tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Kemudian keluhan tamu tentang fasilitas dan kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel yaitu *Tangible* (Bukti Langsung).

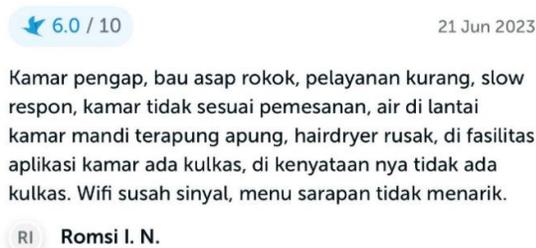


Gambar 7. Online Review mengenai *Tangible*
Sumber: Tiket.com

Tangible (Bukti Langsung) merupakan hal-hal yang kasat mata dalam memberikan layanan kepada tamu, meliputi fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, dan penampilan personal. Hal ini dapat dilihat pada gambar 7

bahwa tamu mengeluh terhadap kondisi fasilitas dan peralatan yang tidak berfungsi, sehingga menimbulkan kekecewaan tamu yang berujung *complain* terhadap fasilitas dan peralatan yang tidak berfungsi.

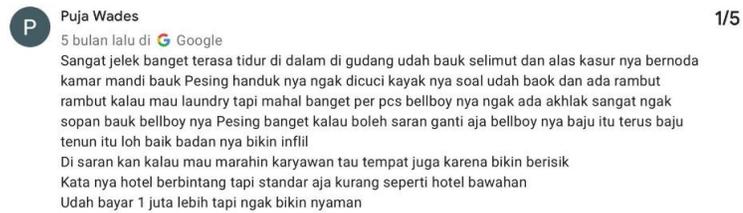
Tidak hanya itu, kualitas pelayanan Grand Basko Hotel Padang juga dapat dipengaruhi oleh *perceived value*. *Perceived value* adalah nilai dari suatu produk atau jasa yang ada di dalam benak tamu. Menurut Puspaningrum (2017) *perceived value* adalah keseluruhan penilaian pelanggan terhadap kegunaan suatu produk atas apa yang diterima dan yang diberikan oleh produk itu. *Perceived value* terdiri dari empat indikator, yaitu kualitas produk, harga yang sesuai, tingkat pelayanan, dan suasana yang nyaman. Berikut ini adalah ulasan tamu tentang *perceived value* di Grand Basko Hotel yaitu kualitas produk.



Gambar 8. Online Review mengenai kualitas produk
Sumber: traveloka.com

Kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat. Hal ini dapat dilihat pada gambar 8 bahwa tamu mengeluh terhadap produk atau layanan berupa fasilitas yang tidak berfungsi sehingga kebutuhan tamu tidak terpenuhi dan menimbulkan kekecewaan terhadap kualitas produk yang diberikan

Selanjutnya ulasan tamu tentang *perceived value* di Grand Basko Hotel yaitu harga yang sesuai.



Gambar 9. Online Review mengenai harga yang sesuai
Sumber: google.com

Harga yang sesuai yaitu harga yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 9 bahwa tamu mengeluh terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harga yang dibayar, sehingga menimbulkan kekecewaan karena kebutuhan yang diberikan tidak memenuhi keinginan tamu.

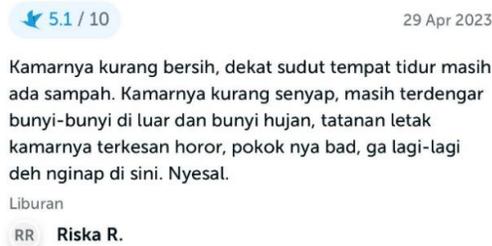
Kemudian ulasan tamu tentang *perceived value* di Grand Basko Hotel yaitu tingkat pelayanan.



Gambar 10. Online Review mengenai tingkat pelayanan
Sumber: traveloka.com

Tingkat pelayanan merupakan proses memberikan produk dan jasa yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 10 bahwa tamu mendapatkan pelayanan yang lamban dari pihak hotel dan membuat tamu menunggu lama, sehingga tamu kecewa terhadap pelayanan yang diberikan dari pihak hotel.

Selanjutnya ulasan tamu tentang *perceived value* di Grand Basko Hotel yaitu suasana yang nyaman.

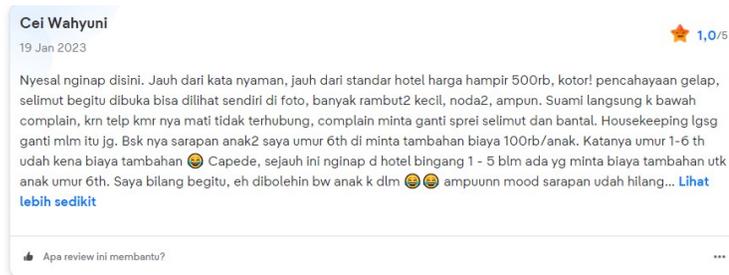


Gambar 11. Online Review mengenai suasana yang nyaman

Sumber: traveloka.com

Suasana yang nyaman merupakan kondisi lingkungan atau situasi yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi tamu. Hal ini dapat dilihat pada gambar 11 bahwa tamu mengeluh terhadap kondisi kamar yang kurang bersih dan kurang senyap sehingga mengganggu kenyamanan tamu yang menginap.

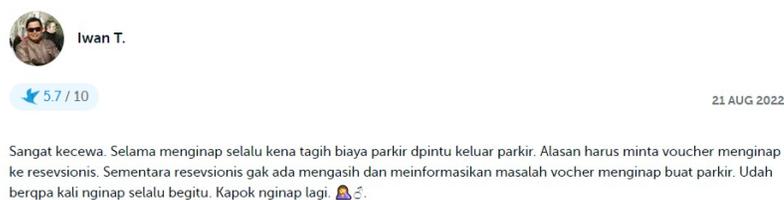
Apabila kualitas pelayanan dan *perceived value* tidak sesuai dengan harapan tamu, maka diduga tamu tidak akan merasa puas dan akan berdampak buruk bagi hotel yaitu menurunnya *occupancy* dan berkurangnya pendapatan hotel. Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan seseorang berupa perasaan nyaman dan senang. Tjiptono (2014) mendefinisikan kepuasan tamu sebagai evaluasi secara sadar atau atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya. Berikut ini adalah beberapa keluhan tamu terhadap kepuasan saat menginap di Grand Basko Hotel yaitu dari segi kesesuaian harapan.



Gambar 12. Online Review mengenai Kesesuaian Harapan
Sumber: Tiket.com

Banyak pengunjung atau tamu di Grand Basko Hotel merasa tidak puas dan harapan mereka tidak sesuai dengan yang mereka inginkan, produk dan jasa yang mereka dapatkan tidak sesuai ekspektasi, hal ini dapat dilihat pada gambar 12 bahwa tamu mengeluh terhadap kondisi fasilitas dan peralatan yang tidak nyaman dan kotor, sehingga menimbulkan kekecewaan tamu yang berujung terjadilah *complaint* bahwa produk dan jasa tidak sesuai dengan apa yang telah diharapkan tamu.

Selanjutnya keluhan tamu terhadap kepuasan saat menginap di Grand Basko Hotel yaitu dari segi minat berkunjung kembali.



Gambar 13. Online Review mengenai Minat Berkunjung Kembali
Sumber: Traveloka.com

Berdasarkan pengalaman yang mereka alami dari permasalahan kualitas pelayanan yang membuat mereka tidak puas, dapat dilihat pada gambar 13 bahwa tamu merasa sangat kecewa selama menginap karena kurangnya

pelayanan dan informasi dari pihak Grand Basko Hotel Padang, sehingga kemungkinan minat berkunjung kembali tidak terjadi.

Kemudian keluhan tamu terhadap kepuasan saat menginap di Grand Basko Hotel yaitu dari segi kesediaan merekomendasikan.

4.0

Elena from Indonesia
Family with young children
Stayed 1 night in February 2020

"Not good"

Kmarnty Kotor bau rokok air keruh nampak ktk is bathup Masa dibwh kasur Ada puntung rokok. Br pertama x nginap krn Ada mallny, eh ternyt nga recommended..nga sesuai ama bintangny deh...

Reviewed February 09, 2020

Gambar 14. Online Review mengenai Kesediaan Merekomendasikan
Sumber: Agoda.com

Banyak pengunjung atau tamu di Grand Basko Hotel merasa tidak puas dan harapan mereka tidak sesuai dengan yang mereka inginkan, dapat dilihat pada gambar 14 bahwa pelayanan yang diterima atau dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan dan tidak memuaskan, sehingga tamu enggan merekomendasikan kepada teman, kerabat, atau sahabat.

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan hasil observasi selama melaksanakan Magang Bersertifikat II di Grand Basko Hotel Padang maka peneliti mencoba meneliti pengaruh dimensi kualitas pelayanan berupa *tangible, responsiveness, reliability, empathy, assurance* dan *perceived value* yang terdiri dari kualitas produk atau layanan, harga yang sesuai, kualitas pelayanan, dan suasana yang nyaman, terhadap kepuasan tamu di Grand Basko Hotel Padang. Maka dari itu, peneliti tertarik meneliti tentang **“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Tamu di Grand Basko Hotel Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih kurangnya *reliability* (keandalan) yang dimiliki oleh pihak Grand Basko Hotel Padang.
2. Masih terdapat keluhan tamu mengenai *responsiveness* (daya tanggap) *staff* Grand Basko Hotel Padang.
3. Masih ada tamu yang merasakan kurangnya keamanan dan pencahayaan hotel yang gelap sehingga mempengaruhi *assurance* (jaminan).
4. Staff Grand Basko Hotel Padang kurang memiliki *emphaty* (kepedulian) kepada tamu.
5. Kondisi fasilitas dan peralatan yang tidak berfungsi membuat tamu mengeluh dan mempengaruhi *tangible* (bukti langsung).
6. Terdapat tamu yang mengeluh terhadap harga yang dibayar dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima.
7. Tingkat pelayanan yang diberikan Grand Basko Hotel Padang yang lamban dan membuat tamu menunggu.
8. Tamu mengeluh terhadap kondisi kamar yang kurang bersih sehingga mengganggu kenyamanan tamu yang menginap.
9. Masih terdapat ketidaksesuaian harapan tamu terhadap fasilitas yang disediakan.
10. Kurangnya minat tamu untuk berkunjung kembali ke Grand Basko Hotel Padang.

11. Kurangnya kesediaan tamu untuk merekomendasikan Grand Basko Hotel Padang kepada orang lain.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang ditinjau dari *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *empathy*, *assurance* dan *perceived value* yang terdiri dari kualitas produk, harga yang sesuai, tingkat pelayanan, dan suasana yang nyaman terhadap kepuasan tamu di Grand Basko Hotel.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana dimensi kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel Padang?
2. Bagaimana *perceived value* di Grand Basko Hotel Padang?
3. Bagaimana kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang?
4. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang?
5. Bagaimana pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang?
6. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan dimensi kualitas pelayanan di Grand Basko Hotel Padang.
- b. Mendeskripsikan *perceived value* di Grand Basko Hotel Padang.
- c. Mendeskripsikan kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang.
- d. Menganalisis bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di yang menginap di Grand Basko Hotel Padang
- e. Menganalisis bagaimana pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang
- f. Menganalisis bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memperoleh hasil yang maksimal dan bermanfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Hotel

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kinerja manajemen Grand Basko Hotel Padang dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada lima dimensi pelayanan (*Tangible, Responsiveness, Reliability, Empathy, Assurance*) dan *perceived value* pada empat indikator kualitas produk, harga yang sesuai, tingkat pelayanan, dan suasana yang nyaman demi kepuasan tamu yang menginap dimasa sekarang ataupun masa yang akan datang.

2. Bagi Pihak Departemen Pariwisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti lain dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepuasan tamu yang menginap.

4. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah tugas akhir dan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) di Universitas Negeri Padang.