

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN *BANQUET* TERHADAP
KEPUASAN TAMU *MEETING* DI HOTEL LE MERIDIEN JAKARTA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan*



OLEH

**RISKA ANGGELA
NIM / BP : 15135149 / 2015**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

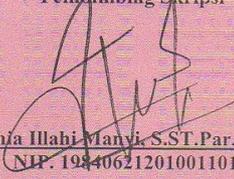
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN *BANQUET* TERHADAP
KEPUASAN TAMU *MEETING* DI HOTEL LE MERIDIEN JAKARTA

Nama : Riska Anggela
NIM/ BP : 15135149/ 2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata Perhotelan

Padang, Agustus 2019

Disetujui Oleh:

Pemhimbing Skripsi


Kurnia Illahi Manyi, S.ST.Par., M.Par
NIP. 194406212010011014

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP


Dra. Ira Meirina Chair., M.Pd
NIP. 196205301988032001

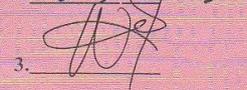
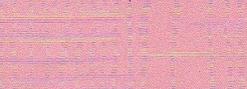
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* Terhadap Kepuasan
Tamu *Meeting* Di Hotel Le Meridien Jakarta
Nama : Riska Anggela
NIM/ BP : 15135149/ 2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata Perhotelan

Padang, Agustus 2019

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Kurnia Illahi Manvi, S.ST.Par., M.Par	1. 
Anggota	: Dr. Kasmita, S.Pd., M.Si	2. 
	Waryono, S.Pd., MM.Par	3. 



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PENYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riska Anggela
NIM/BP : 15135149/ 2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,
"Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* Terhadap Kepuasan Tamu *Meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta" 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.

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

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan,



Riska Anggela
NIM. 15135149

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Bismillahirrahmanirrahim sebagai awal setiap memulai pekerjaanku. Sembah sujud serta puji dan syukur ku pada-Mu Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Mya sehingga aku bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Atas takdir-Mu aku bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku dalam meraih cita-cita.

Dengan ini, aku persembahkan goresan karya kecil ini kepada orang yang sangat ku sayangi dan kucintai

Papa dan Mama Tercinta

Terima kasih atas kasih sayang yang tiada tara yang telah engkau berikan sejak aku dilahirkan ke dunia hingga aku tumbuh besar seperti sekarang ini. Terima kasih juga atas doa dan semangat serta segala hal yang telah engkau lakukan demi kebahagiaanku. Semoga nantinya aku bisa membalas jasmu dan membuatmu bahagia, Aamiin ya rabbal 'alamin.

My Sister and Family's

Untuk adik ku tersayang, terima kasih sudah mau nemenin ke jakarta untuk penelitiannya. Walaupun kita sering bertengkar karena hal yang sepele tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan. Untuk keluargaku terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama ini, semangat yang kalian berikan sangat berharga bagiku. Semoga di masa yang akan datang aku bisa membahagiakan kalian semua, Aamiin.

My Best Friends

Buat sahabatku "Pegi, Omma, Eng, Wulandari, Abdul, Waldi, Gilang" terima kasih atas bantuan, saran, nasehat, hiburan, dan semangat yang kalian berikan sejak awal perkuliahan hingga akhir kalian selalu ada menemani setiap hari-hariku dalam suka duka, canda dan tawa. Semoga setelah hari kelulusan nanti kita masih bisa tetap berteman yah Silungkang Squad. "I Love You Gengs".

Bapak/Ibu Dosen

Terima kasih yang tak terhingga untuk Bapak/Ibu dosen atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini (terutama untuk Bapak Hakim, Ibu Kasmita, dan Bapak Waryono) dan seluruh Bapak/Ibu dosen serta staf dan karyawan Jurusan Pariwisata-FPP UNP. Sekali lagi terima kasih banyak atas bimbingannya selama ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu.

Today is one step closer towards a better future. Do not ever give up to reach your dreams because if you give up and despair now, all your struggles so far will be wasted. Therefore keep on fighting, trying and praying that your path will be facilitated by God. The heavier the ordeal you feel the sweeter the result you will get.

ABSTRAK

Riska Anggela, 2019: Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* terhadap Kepuasan Tamu *Meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta

Dalam penelitian ini peneliti menemukan beberapa masalah diantaranya yaitu: (1) adanya perbedaan pelayanan dan fasilitas yang diterima dengan yang diharapkan tamu, (2) karyawan kurang ramah, (3) kurangnya penerapan SOP dalam memberikan pelayanan, (4) pelayanan lambat dan kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, serta menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan *banquet* terhadap kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Selanjutnya untuk uji persyaratan analisis dilakukan dengan uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linearitas. Kemudian untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta tergolong dalam kategori baik dengan persentase sebesar 51%. Sedangkan kepuasan tamu sebanyak 45% responden menyatakan puas atas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai R Square sebesar 0,651 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 65,1%, sedangkan 34,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: kualitas produk, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan.. Serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Hotel Le Meridien Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, Hotel Le Meridien Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* terhadap Kepuasan Tamu *Meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta**”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan di Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, arahan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dr. Kasmita, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Penguji Satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Waryono, S.Pd., MM.Par., selaku Dosen Penguji Dua yang telah membantu dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Kurnia Illahi Manvi, S.ST.Par., M.Par., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dari awal penulisan proposal hingga selesainya skripsi ini.

7. Dan yang terakhir, Ucapan terima kasih kepada kedua Orang Tua dan keluarga yang telah banyak memberi dukungan dan semangat serta material kepada penulis.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, Aamiin ya Rabbal'alaamiin. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan, untuk itu penulis berharap segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya serta bagi pembaca pada umumnya.

Padang, 15 Juli 2019

Penulis

Riska Anggela

15135149

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT KETERANGAN TIDAK PLAGIAT	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
1. Tujuan Umum	11
2. Tujuan Khusus	11
F. Manfaat Penelitian	11
1. Bagi Manajemen Hotel Le Meridien Jakarta	11
2. Bagi Pengelola Jurusan Pariwisata FPP UNP	11
3. Bagi Penulis	12
4. Bagi Peneliti Berikutnya	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	13
1. Kepuasan Tamu.....	13
a. Pengertian Kepuasan Tamu.....	13
b. Indikator Kepuasan Tamu	14

c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu	15
d. Metode untuk Mengukur Kepuasan Tamu.....	19
2. Kualitas Pelayanan	20
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
b. Karakteristik Pelayanan	21
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	22
3. Penelitian Terdahulu	25
B. Kerangka Konseptual	26
C. Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	28
B. Tempat dan Waktu Penelitian	28
C. Variabel Penelitian	28
D. Definisi Operasional Variabel.....	29
1. Kualitas Pelayanan	29
2. Kepuasan Tamu.....	29
E. Populasi dan Sampel Penelitian	29
1. Populasi Penelitian	29
2. Sampel Penelitian.....	30
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Jenis Data	32
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Instrumen Penelitian.....	33
H. Uji Coba Instrumen	36
1. Uji Coba Validitas.....	36
2. Uji Reliabilitas	38
I. Teknik Analisis Data.....	40
1. Mentabulasi Data	40
2. Deskripsi Data.....	41
J. Uji Persyaratan Analisis	41
1. Uji Normalitas.....	41

2. Uji Homogenitas	42
3. Uji Linearitas.....	42
K. Pengujian Hipotesis.....	43
1. Analisis Regresi Linear Sederhana	43
2. Koefisien Determinasi.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden	45
1. Kriteria Responden.....	45
2. Karakteristik Responden	45
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman <i>Meeting</i>	46
B. Deskripsi Hasil Data Penelitian.....	47
1. Analisis Deskriptif.....	47
a. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Tamu <i>Meeting</i> (Y) di Hotel Le Meridien Jakarta	47
b. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	49
1) Indikator <i>Tangible</i>	51
2) Indikator <i>Empaty</i>	53
3) Indikator <i>Reliability</i>	56
4) Indikator <i>Responsiveness</i>	58
5) Indikator <i>Assurance</i>	61
c. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Tamu	63
1) Indikator Kesesuaian Harapan.....	65
2) Indikator Minat untuk Berkunjung Kembali	68
3) Indikator Kesiediaan untuk Merekomendasikan kepada Orang Lain.....	70
C. Uji Persyaratan Analisis	73
1. Uji Normalitas	73
2. Uji Homogenitas	74
3. Uji Linearitas.....	75

D. Uji Hipotesis.....	76
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	76
2. Koefisien Determinasi.....	77
E. Pembahasan.....	79
1. Variabel Kualitas Pelayanan	79
2. Variabel Kepuasan Tamu	80
3. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta.....	81
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
1. Bagi Pihak Hotel Le Meridien Jakarta.....	84
2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang	85
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah <i>Event Banquet</i> di Hotel Le Meridien Jakarta	6
Tabel 2	Ulasan atau <i>Review</i> Tamu	8
Tabel 3	Jumlah <i>Event Meeting</i> di Hotel Le Meridien Jakarta.....	30
Tabel 4	Nama Instansi yang Meeting di Hotel Le Meridien Jakarta	32
Tabel 5	Pilihan Jawaban Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 6	Kisi-kisi operasional variabel penelitian.....	34
Tabel 7	Hasil Analisis Validitas.....	38
Tabel 8	Interprestasi Nilai r (<i>Alpha Cronbach</i>)	39
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	39
Tabel 10	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Tamu.....	40
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 12	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 13	Karakteristik Responden BerdasarkanPengalaman <i>Meeting</i>	46
Tabel 14	Data Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Tamu (Y).....	48
Tabel 15	Deskripsi Data Total Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 16	Klarifikasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta.....	50
Tabel 17	Data Hasil Perhitungan Statistik Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Indikator Tangible	51
Tabel 18	Klarifikasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Tangible.....	52
Tabel 19	Data Hasil Perhitungan Statistik Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Indikator Empaty	54
Tabel 20	Klarifikasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Empaty	55
Tabel 21	Data Hasil Perhitungan Statistik Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Indikator Reliability.....	56
Tabel 22	Klarifikasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Reliability	57

Tabel 23	Data Hasil Perhitungan Statistik Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Indikator Responsiveness	59
Tabel 24	Klarifikasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Responsiveness.....	60
Tabel 25	Data Hasil Perhitungan Statistik Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Indikator Assurance	61
Tabel 26	Klarifikasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Assurance	62
Tabel 27	Deskripsi Data Total Variabel Kepuasan Tamu	64
Tabel 28	Klarifikasi Skor Variabel Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta	64
Tabel 29	Data Hasil Perhitungan Statistik Kepuasan Tamu Ditinjau dari Indikator Kesesuaian Harapan.....	66
Tabel 30	Klarifikasi Skor Variabel Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Kesesuaian Harapan	67
Tabel 31	Data Hasil Perhitungan Statistik Kepuasan Tamu Ditinjau dari Indikator Minat untuk Berkunjung Kembali.....	68
Tabel 32	Klarifikasi Skor Variabel Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Minat untuk Berkunjung Kembali	69
Tabel 33	Data Hasil Perhitungan Statistik Kepuasan Tamu Ditinjau dari Indikator Kesiediaan Merekomendasikan kepada Orang Lain	71
Tabel 34	Klarifikasi Skor Variabel Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Kesiediaan Merekomendasikan kepada Orang Lain.....	72
Tabel 35	Hasil Uji Normalitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu.....	73
Tabel 36	Hasil Uji Homogenitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta.....	74
Tabel 37	Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu.....	75
Tabel 38	Nilai Signifikansi	76
Tabel 39	Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu.....	77
Tabel 40	Koefisien Determinasi (R Square)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Konseptual	27
Gambar 2	Histogram Pengkategorian Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta.....	50
Gambar 3	Histogram Pengkategorian Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Tangible	53
Gambar 4	Histogram Pengkategorian Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Empaty	55
Gambar 5	Histogram Pengkategorian Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Reliability.....	58
Gambar 6	Histogram Pengkategorian Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Responsiveness	60
Gambar 7	Histogram Pengkategorian Kualitas Pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Assurance	63
Gambar 8	Histogram Pengkategorian Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta.....	65
Gambar 9	Histogram Pengkategorian Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Kesesuaian Harapan.....	67
Gambar 10	Histogram Pengkategorian Kepuasan Tamu Ditinjau dari Indikator Minat Berkunjung Kembali.....	70
Gambar 11	Histogram Pengkategorian Kepuasan Tamu di Hotel Le Meridien Jakarta Ditinjau dari Indikator Kesiediaan Merekomendasikan kepada Orang Lain.....	72
Gambar 12	Grafik Scatter-Plot Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Bukti <i>Screenshot</i> Ulasan atau <i>Review</i> Tamu.....	88
2. Kuesioner Uji Coba Penelitian.....	90
3. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan.....	94
4. Tabulasi Data Uji Instrumen Variabel Kepuasan Tamu	95
5. Hasil Analisis Data Uji Coba Instrumen Penelitian.....	96
6. Kuesioner Penelitian	104
7. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan.....	108
8. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Tamu	111
9. Rekapitulasi Data Karakteristik Responden Penelitian	114
10. Hasil Perhitungan Klasifikasi Skor Penelitian	116
11. Surat Izin Prapenelitian.....	126
12. Surat Izin Penelitian.....	127
13. Balasan Surat Izin Penelitian	128
14. Dokumentasi Saat Melakukan Penelitian	129
15. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi	131

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu Negara yang berada di Asia Tenggara dan merupakan Negara berkembang, yang letaknya sangat strategis dan patut dipertimbangkan dalam bidang kepariwisataan. Ditinjau dari pembangunan yang sangat cepat setiap tahunnya, Indonesia adalah salah satu Negara yang menjadi sasaran wisatawan yang datang dari mancanegara seperti Singapore, Thailand, Belanda, China, Jepang, Malaysia, dan masih banyak negara lainnya. Tidak hanya pariwisata, yang membuat Indonesia menjadi terkenal adalah dengan kekayaan alam dan industrinya yang maju, banyak kota-kota di Indonesia yang memiliki potensi untuk menghasilkan uang, salah satunya yaitu Daerah Khusus Ibukota Jakarta (untuk selanjutnya disebut DKI Jakarta) yang merupakan Ibu Kota Negara Indonesia.

Jakarta adalah salah satu kota di Indonesia yang merupakan daerah pusat bisnis, politik, kebudayaan, dan perkantoran yang memiliki banyak gedung-gedung tinggi atau gedung pencakar langit. Jakarta merupakan tempat berdirinya kantor-kantor pusat BUMN, perusahaan swasta, dan perusahaan asing. Selain itu juga menjadi tempat kedudukan lembaga-lembaga pemerintahan dan kantor sekretariat ASEAN. Oleh sebab itu banyak masyarakat dari luar daerah maupun mancanegara yang datang ke Jakarta baik untuk urusan bisnis maupun liburan. Karena orang-orang yang berkunjung ke Jakarta tidak hanya berasal dari Pulau Jawa saja melainkan juga dari luar daerah bahkan mancanegara, maka banyak industri baru yang

dibangun terutama dibidang pelayanan jasa atau akomodasi. Melihat potensi dan popularitas bertambah, menarik para pengembang untuk membangun kawasan residensial. Karena kebanyakan dari orang-orang yang berkunjung ke Jakarta adalah pendatang atau bukan warga asli Jakarta, maka akomodasi atau penginapan menjadi prioritas utama yang sangat mereka butuhkan. Akomodasi secara umum adalah sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang-orang yang berpergian dengan tujuan perjalanan bisnis atau rekreasi.

Ada banyak macam jenis-jenis akomodasi salah satu yang terbesar atau terbanyak ada di Indonesia adalah akomodasi hotel. Menurut Chair dan Pramudia (2017: 2) mengemukakan bahwa:

“Hotel adalah sebuah usaha bisnis akomodasi yang menyediakan fasilitas penginapan bagi publik atau umum dan dilengkapi satu atau lebih layanan makanan dan minuman, jasa *attendant room*, layanan berseragam, pencucian linen, dan penggunaan furnitur dan perlengkapan serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan di dalam keputusan pemerintah”.

Sedangkan menurut Wiyasha (2010: 5) “Hotel merupakan usaha yang mencari laba sebagai hasil akhir aktivitas bisnisnya”. Pengklasifikasian hotel menurut Wiyasha (2010: 5) “Bertujuan untuk menciptakan persaingan bisnis yang sehat, memberikan panduan bagi tamu tentang harga dan fasilitas serta layanan yang diberikan oleh hotel pada klasifikasi tertentu, memberikan panduan bagi pemilik modal jika hendak berbisnis pada satu klasifikasi hotel”.

Hotel Le Meridien merupakan salah satu hotel bintang lima yang ada di Jakarta yang terletak di jalan Jenderal Sudirman kav 18-20, RT.10/RW.11, Karet Tengsin, Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10220. Hotel Le Meridien Jakarta diresmikan pada tanggal 17 Februari 1992. Pada saat pertama kali dibangun hotel Le Meridien memiliki 346 kamar dan saat ini jumlah kamar yang ada di Hotel Le Meridien Jakarta adalah sebanyak 334 kamar.

Hotel Le Meridien memiliki beberapa departemen untuk mendukung kelancaran operasional hotel, salah satunya yaitu *Food and Beverage Department*. *Food and beverage department* terbagi menjadi 2 bagian yaitu *service* dan *product*. *Banquet division* atau *banquet section* merupakan salah satu bagian dari *food and beverage service department* yang bertugas untuk menangani segala macam kegiatan pesta atau jamuan makan yang diselenggarakan di hotel, baik itu diselenggarakan oleh pihak hotel itu sendiri maupun pihak lain atau panitia acara yang melakukan pemesanan di hotel tersebut.

Menurut Riyadi (2015: 180), "*Banquet* adalah salah satu bagian dari hotel yang tidak hanya menyediakan makanan atau minuman, tetapi juga mengatur dan merencanakan sebuah acara mulai dari ruangan yang akan digunakan, perlengkapan yang diperlukan serta hal-hal lain yang menunjang acara tersebut sesuai dengan keinginan tamu".

Pelayanan merupakan inti pokok penjualan hotel karena usaha bisnis perhotelan bergerak dalam bidang penjualan jasa. Menerapkan pelayanan

yang baik dan efisiensi merupakan salah satu kegiatan hotel yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap tamu sehingga tidak terjadi *complaint*. Menurut Kotler (2014:150) “Kepuasan tamu (*guestsatisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diterima dibandingkan dengan hal yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja tidak seperti yang diharapkan maka konsumen akan merasa kurang atau tidak puas”.

Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2014:101) terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, kesediaan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada orang lain. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai”. Menurut Lupiyaodi dalam Harahap(2018: 18) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan karena pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani.

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012: 157) “Kualitas jasa atau pelayanan ialah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Menurut Moenir (2010:26) “Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya”.

Sedangkan menurut Olsen dan Wickoff dalam Yamit (2010: 8) mengatakan bahwa “Pelayanan atau jasa adalah sekelompok manfaat yang berguna baik secara *eksplisit* maupun *insplisit* atas kemudahan mendapatkan barang maupun jasa pelayanan”. Pelayanan atau *service* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Begitu juga dalam bisnis perhotelan, produk-produk yang biasanya ditawarkan oleh pihak hotel yaitu seperti penginapan atau kamar, makanan dan minuman serta jasa pelayanan lainnya. Pelayanan *banquet* merupakan salah satu jasa yang ditawarkan oleh pihak hotel. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:292-293) menyebutkan bahwa terdapat empat karakteristik dalam pelayanan yaitu *intangibility* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *variability* (berubah-ubah dan bervariasi), *perishbility* (cepat hilang, tidak tahan lama). Sedangkan menurut Parasuraman dkk (dalam Setroyini, 2011) menyebutkan terdapat lima dimensi yang menentukan kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangible*), empati

(*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan keyakinan (*assurance*).

Untuk melihat perkembangan tingkat penjualan *Banquet* di Hotel Le Meridien Jakarta, dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1
Jumlah *EventBanquet* di Hotel Le Meridien Jakarta

No.	Tahun	<i>Meeting</i>	<i>Pesta</i>
1	2013	108 <i>event</i>	36 <i>event</i>
2	2014	156 <i>event</i>	42 <i>event</i>
3	2015	144 <i>event</i>	48 <i>event</i>
4	2016	180 <i>event</i>	32 <i>event</i>
5	2017	132 <i>event</i>	48 <i>event</i>
6	2018	180 <i>event</i>	48 <i>event</i>

Sumber : *Banquet* Hotel Le Meridien Jakarta, 2019.

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka dapat dilihat jumlah *event meeting* dan pesta *dibanquet* dari tahun ke tahun mengalami perubahan, seperti pada tahun 2017 terjadi penurunan jumlah *event meetingbanquet* yaitu sebanyak 132 *event* yang sebelumnya pada tahun 2016 sebanyak 180 *event*, dan pada tahun 2018 kembali mengalami peningkatan yaitu sebanyak 180 *event*.

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada saat melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan Industri II di Hotel Le Meridien Jakarta sejak tanggal 06 Agustus 2018 sampai tanggal 06 Februari 2019, peneliti menemukan beberapa masalah sebagai berikut: pelayanan yang diberikan *waiter/s* di *Banquet section* Hotel Le Meridien Jakarta masih tergolong kurang bermutu atau berkualitas karena pelayanan yang diberikan oleh *waiter/s* kepada tamu yang datang tidak sesuai dengan *Standard Operational Procedure (SOP)* yang telah ditetapkan pihak hotel itu sendiri. Sehingga mengakibatkan tamu merasa kurang puas karena pelayanan yang mereka terima tidak sesuai

dengan apa yang diharapkannya. Contohnya seperti pada saat *clear up* gelas *waiter/s* seringkali tidak menggunakan *tray* hanya langsung mengangkat gelas tersebut dengan tangan serta sampah *clear up*-an ditumpuk langsung di atas *tray* sehingga terlihat kotor, ditambah lagi kurangnya upaya *waiter/s* untuk berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan kepada para tamu yang datang. Sehingga menyebabkan adanya keluhan atau *complaint* dari tamu karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Masalah lain yang penulis temukan yaitu kurangnya *trolley* yang ada di *banquet section* (hanya terdapat 3 *trolley*), sehingga pada saat *weekend* dan *event* ramai karyawan *banquet* kesulitan membawa makanan untuk *coffee break* ke ruang *meeting* yang mengakibatkan pelayanan yang diberikan lambat dan kurang efisien sehingga terjadi *complaint*.

Kemudian banyaknya tamu yang *complaint* mengenai temperatur suhu AC di *banquet* yang kurang dingin atau terlalu dingin karena ruangan *banquet* tersebut menggunakan AC *central* sehingga temperatur suhunya tidak bisa diatur sesuai dengan keinginan tamu dan meskipun temperatur suhunya sudah di turunkan ruangan akan tetap dingin kecuali jika AC dimatikan sepenuhnya. Namun jika hal tersebut dilakukan maka ruangan akan menjadi tidak dingin.

Masalah lainnya yaitu tidak adanya tanda petunjuk arah seperti petunjuk arah untuk toilet, *lobby*, mushola dan lain sebagainya sehingga terkadang membuat tamu kebingungan mengetahui lokasi tempat yang ingin

dituju. Contohnya untuk tamu yang ingin ke toilet, seringkali banyak tamu yang salah masuk toilet karena tidak adanya petunjuk arah. Sehingga tamu merasa fasilitas yang ditawarkan oleh pihak hotel tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan dari sebuah hotel bintang lima.

Selain itu juga karyawan kurang ramah dalam berkomunikasi dengan tamu, seperti apabila ada tamu yang bertanya mengenai sesuatu terkadang staf atau karyawan menjawabnya agak cuek sehingga terkesan kurang ramah dimata tamu.

Masalah lain yaitu kurangnya daya tanggap dan tanggung jawab *staff banquet* terhadap kebutuhan atau permintaan tamu, contohnya seperti apabila ada tamu yang membutuhkan atau meminta sesuatu terkadang karyawan *banquet* tidak langsung mengambilkan atau memenuhi permintaan tamu tersebut bahkan ada yang bersikap seolah tidak peduli dengan permintaan tamu tersebut. Padahal hal yang diminta oleh tamu itu merupakan tanggungjawab karyawan *banquet* untuk memenuhinya.

Berikut ini beberapa ulasan tamu mengenai Hotel Le Meridien Jakarta yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tabel 2
Ulasan atau *Review* Tamu

No	Ulasan	Sumber
1	Lokasi sangat strategis tetapi pelayanan kurang maksimal	Traveloka
2	Lokasi hotel cukup bagus, hanya perlu banyak peremajaan baik kamar, pelayanan, parkir, makanan saja supaya lebih segar	Traveloka
3	Security sangat tidak ramah dalam body check in, padahal mereka staff pertama yang saya temui pada saya ke hotel	TripAdvisor
4	Tempatnya ok, tapi sayang AC nya tidak dingin	TripAdvisor
5	Pegawai hotel kurang ramah dalam berkomunikasi dengan tamu	TripAdvisor
6	Petunjuk untuk fasilitas umum seperti toilet dan lokasi ATM tidak jelas	TripAdvisor
7	Pelayanan yang tidak tanggap	TripAdvisor

Pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu untuk menganalisis bagaimana tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan *banquet* yang diberikan selama tamu tersebut melaksanakan acara atau *event* di Hotel Le Meridien Jakarta. Karena apabila tamu merasa kurang puas atau tidak puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan terjadi *complaint* yang dapat mengakibatkan tamu tersebut tidak ingin datang kembali untuk menggunakan jasa hotel sehingga penjualan atau pendapatan hotel bisa berkurang atau menurun, serta hal tersebut juga berdampak buruk terhadap citra hotel sedangkan Hotel Le Meridien Jakarta ini merupakan salah satu hotel bintang 5 yang ada di daerah Jakarta dan termasuk ke dalam *Marriot Group* yang merupakan salah satu *brand* hotel internasional.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna untuk melihat bagaimana tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan yang diberikan, dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* terhadap Kepuasan Tamu *Meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta**”

B. Identifikasi Masalah

1. Adanya perbedaan pelayanan dan fasilitas penunjang antara yang diharapkan dengan apa yang dirasakan atau diterima oleh tamu.
2. Karyawan atau staf yang bertugas terkadang tidak menghiraukan (kurang peduli) atas permintaan dari tamu yang melakukan *meeting*.
3. Kurangnya penerapan SOP dalam memberikan pelayanan kepada tamu.
Contohnya seperti pada saat *clear up*, sampah *clear up*-an hanya di

tumpuk langsung di atas *tray* sehingga terlihat kotor dan kelihatan oleh tamu, serta untuk *clear up* gelas tidak menggunakan *tray*.

4. Pelayanan yang diberikan lambat dan kurang efisien sehingga dapat mengakibatkan terjadinya *complaint*.
5. Banyaknya tamu yang *complaint* mengenai temperatur suhu AC di *banquet* yang kurang dingin atau terlalu dingin.
6. Karyawan kurang ramah dalam berkomunikasi dengan tamu.
7. Kurangnya daya tanggap dan tanggung jawab *staff banquet* terhadap kebutuhan atau permintaan tamu.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan batasan masalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan
2. Kepuasan Tamu
3. Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* terhadap Kepuasan Tamu *Meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah kualitas pelayanan *banquet* berpengaruh terhadap kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta?”.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *banquet* terhadap kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan *banquet* di Hotel Le Meridien Jakarta.
- b. Untuk mendeskripsikan kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan karyawan *banquet* terhadap kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen Hotel Le Meridien Jakarta

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan manajemen hotel Le Meridien Jakarta sebagai informasi dan pengembangan dalam melakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan *banquet* dan kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta.

2. Bagi Pengelola Jurusan Pariwisata FPP UNP

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademika dan dapat

memperoleh berbagai kasus sehingga dapat digunakan sebagai contoh dalam memberikan materi perkuliahan.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan untuk proposal penelitian skripsi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata Perhotelan Universitas Negeri Padang, disamping itu juga untuk mengetahui masalah yang nyata di Hotel Le Meridien Jakarta sehingga menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori yang telah dipelajari pada saat kuliah.

4. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Tamu

a. Pengertian Kepuasan Tamu

Menurut Kotler dan Keller (2009: 138-139) mengungkapkan “Kepuasan tamu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan apa yang diharapkannya”.

Lovelock dan Writz (2011: 74) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan”. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang diperoleh dengan pelayananan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan tamu merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja suatu produk/ jasa dengan apa yang diharapkannya. Apabila hasil suatu produk/ jasa sesuai atau melebihi dengan apa yang diharapkan oleh tamu, maka tamu akan merasa puas. Sebaliknya apabila hasil suatu produk/ jasa tidak sesuai

dengan apa yang diharapkan oleh tamu, maka tamu akan merasa kurang puas.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014: 101) terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan diantaranya yaitu:

1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan apa yang mereka rasakan, yang meliputi:

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan apa yang diharapkan
- c) Fasilitas penunjang yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan

2) Minat Untuk Berkunjung Kembali

Minat untuk berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa atau produk terkait, yang meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk atau jasa

- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- 3) Kesiapan Untuk Merekomendasikan Produk Atau Jasa Yang Telah Dirasakannya Kepada Orang Lain.

Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakan kepada orang lain seperti teman atau kerabat, yang meliputi:

- a) Menyarankan teman atau keluarga untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai dan manfaat yang didapat setelah mengonsumsi produk atau jasa

c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi dalam Harahap (2018: 18) faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

1) Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Kusuma (2015:2) kualitas produk adalah . *“The ability of product to perform is function, it includes the product’s overall durability, reliability,*

precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” dengan arti kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam jurnal Kusuma (2015: 2) mendefinisikan kualitas produk adalah “Produk atau jasa yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan”. Berdasarkan definisi menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sesuatu yang dapat dinilai berdasarkan kualitas atau kemampuan dari produk itu sendiri dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

2) Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012: 157) kualitas pelayanan adalah “Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyaodi (2004: 37) bahwa kualitas pelayanan yaitu “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan yang diterima atau diperoleh pelanggan. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas

pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan apabila kenyataan dan harapan pelayanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

3) Emosional

Goleman (2011: 11) mengungkapkan pengertian emosi adalah “Suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak”. Sedangkan menurut Efendi (2005: 176) “Emosional adalah kemampuan mengenali perasaan diri sendiri dan perasaan orang lain, kemampuan memotivasi diri sendiri, dan kemampuan mengelola emosi dengan baik pada diri sendiri dan dalam hubungan dengan orang lain.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi, dan psikologis.

4) Harga

Kotler dan Amstrong (2008: 345) mendefinisikan harga adalah “Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Menurut Alma dalam Febrian (2013: 23) “Harga merupakan salah satu unsur variabel non produk yang paling sensitif bagi pelanggan karena mempunyai peranan penting dimata pelanggan sebagai pertimbangan dalam keputusan pembelian produk”.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa kepada pelanggan sebagai pertimbangan dalam keputusan pembelian suatu produk atau jasa.

5) Biaya

Pengertian biaya menurut Mulyadi (2015: 8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Sedangkan menurut Dunia dan Abdullah (2012: 22) yaitu “Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi”.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang.

d. Metode untuk Mengukur Kepuasan Tamu

Menurut Kothler dan Keller (2012) terdapat beberapa metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan diantaranya yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib untuk memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Informasi yang didapatkan dari metode ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat tanggap dan cepat dalam mengatasi masalah yang timbul. Akan tetapi metode ini bersifat pasif, sehingga sulit untuk mendapatkan gambaran secara lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Karena tidak semua pelanggan yang tidak puas mau menyampaikan keluhannya.

2) *Ghost* atau *Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *mystery shoppers* untuk berpura-pura sebagai pelanggan potensial terhadap pembeli produk perusahaan dan produk perusahaan pesaing. Kemudian mereka diminta untuk melaporkan temuan penting mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk atau jasa perusahaan tersebut.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau telah pindah pemasok, agar dapat memahami kenapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Kesulitan dari metode ini adalah mengidentifikasi dan menghubungi pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui telepon, *email*, *website*, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif terhadap pelanggannya bahwa perusahaan perhatian terhadap mereka.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012: 157) “kualitas jasa atau pelayanan ialah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Menurut Moenir (2010: 26) “Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan

landasan faktor materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya”.

Sedangkan menurut Kotler (2008) “Kualitas Pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena pelanggan akan menjadi loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

b. Karakteristik Pelayanan

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 292-293) menyebutkan bahwa terdapat empat karakteristik dalam pelayanan yaitu *intangibility* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *variability* (berubah-ubah dan bervariasi), *perishability* (cepat hilang, tidak tahan lama).

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud), yaitu tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dan dicium sebelum ada transaksi. Artinya pembeli atau tamu tidak dapat mengetahui secara pasti hasil suatu pelayanan sebelum pelayanan tersebut dikonsumsi.
- 2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), maksudnya dijual lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan karena tidak dapat

dipisah. Oleh karena itu konsumen turut serta berpartisipasi menghasilkan jasa layanan dengan adanya kehadiran konsumen, maka pemberi jasa pelayanan akan berhati-hati terhadap interaksi yang terjadi antara penyedia dan pengguna jasa pelayanan.

- 3) *Variability* (berubah-ubah dan bervariasi), jasa yang beragam selalu mengalami perubahan sehingga tidak selalu sama kualitasnya, tetapi bergantung kepada siapa yang menyediakan dan kapan jasa tersebut disediakan.
- 4) *Perishability* (cepat hilang dan tidak tahan lama), jasa atau pelayanan tidak dapat disimpan dan permintaannya berfluktuasi. Daya tahan suatu layanan bergantung pada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2009: 269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan sebagai berikut :

1) Bukti Fisik (*Tangible*)

Tangible merupakan suatu pelayanan yang bisa dilihat, dicium, dan diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam

menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik seperti perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.

2) Empati (*Empathy*)

Empathy merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen. Jadi, komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Empati meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

3) Keandalan (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan atau memberikan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini karena kepuasan konsumen akan menurun apabila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur

dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa atau layanan yang cepat, tepat, dan memuaskan artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

4) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. *Responsiveness* dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

5) Jaminan (*Assurance*)

Assurance merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi pelayanan yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan

kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung melayani konsumen. Jadi, komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk memberikan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.

3. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan ini dimaksudkan untuk mengungkapkan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan relevan dengan penelitian yang akan diteliti ini antara lain akan diuraikan sebagai berikut :

- a. Bayu Eka Putra (2012) dengan judul “Pengaruh Pelayanan *Banquet* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru”. Hasilnya yaitu pelayanan *banquet* (indikator *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden sebesar 70.1% dan sisanya sebesar 29.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- b. Yuwono (2012) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Sewu Mas Yogyakarta”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisi berganda (*multiple regression analysis*). Hasilnya yaitu masih terdapat kesenjangan (GAP) antara tingkat harapan

pelanggan dengan tingkat kinerja hotel yang menyebabkan pelanggan tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Sewu Mas, terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*) terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55.7% dan sisanya sebesar 44.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan.

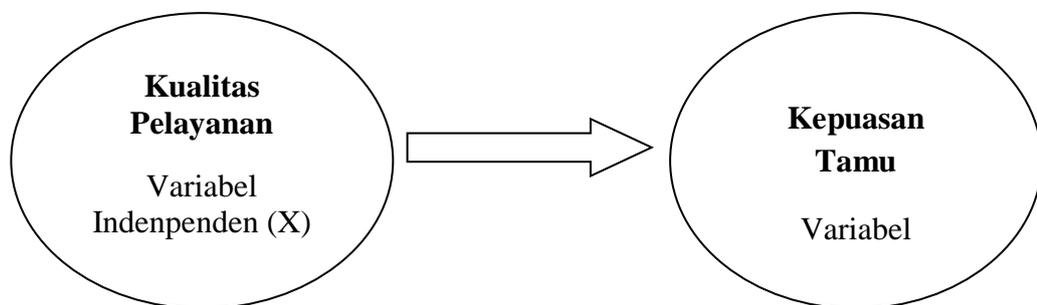
B. Kerangka Konseptual

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012: 157) “Kualitas jasa atau pelayanan ialah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi kualitas jasa yaitu berwujud atau bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan keyakinan (*assurance*).

Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 138-139) “Kepuasan tamu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan apa yang diharapkannya”. Menurut Lupiyaodi (2018: 18) dalam Harahap mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014: 101) terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, kesediaan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada orang lain. Dari penelitian ini dapat dipilah beberapa bagian penting yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan secara sistematis kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada bagan I di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet* terhadap Kepuasan Tamu *Meeting* di Hotel Le Lemeridien Jakarta

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pembahasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan *banquet* terhadap kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan *banquet* terhadap kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan kualitas pelayanan di Hotel Le Meridien Jakarta, dapat dikategorikan persentase tertinggi berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 51%. Sedangkan berdasarkan lima indikator kualitas pelayanan empat indikator yaitu *tangible*, *empaty*, *responsiveness* dan *assurance* berada pada kategori baik, serta untuk indikator *reliability* berada pada kategori cukup baik.
2. Secara keseluruhan kepuasan tamu di Hotel Le Meridien Jakarta, dapat dikategorikan persentase tertinggi berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 45% . Sedangkan berdasarkan tiga indikator kepuasan tamu yaitu kesesuaian harapan dan kesediaan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain berada pada kategori baik, dan indikator minat untuk berkunjung kembali berada pada kategori cukup baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian dari uji hipotesis regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,582 pada signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan sebesar 0,582 kepuasan tamu *meeting* di Hotel Le Meridien Jakarta. Selanjutnya untuk hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,651. Artinya pengaruh variabel X

terhadap variabel Y adalah sebesar 65,1% sedangkan 34,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: kualitas produk, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Hotel Le Meridien Jakarta
 - a. Diharapkan agar pihak hotel dapat melengkapi fasilitas penunjang yang masih kurang seperti untuk tanda petunjuk arah di *banquet* (toilet, *lobby*, mushola, dan ATM) atau simbol seperti *emergency exit* dan *no smoking sign* yang dirasa penting agar tamu tidak bingung untuk akses lokasi yang ingin dituju.
 - b. Walaupun kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik, namun pihak hotel diharapkan dapat mempertahankan serta dapat meningkatkan kualitas pelayanan seperti:
 - 1) Untuk meningkatkan keramahan dalam melayani tamu dengan cara membiasakan diri untuk selalu *greeting*.
 - 2) Kecepatan karyawan dalam melayani dan mengatasi keluhan tamu dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan tentang bagaimana cara melayani serta mengatasi keluhan tamu.
 - 3) Meningkatkan penampilan karyawan pada saat melayani tamu dengan cara menyediakan *uniform* yang sesuai dengan standar hotel, serta hal lain yang dirasa dapat meningkatkan kualitas

pelayanan yang diberikan sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh tamu.

2. Bagi Pengelola Jurusan Pariwisata FPP Universitas Negeri Padang

Diharapkan agar pihak jurusan pariwisata FPP UNP untuk dapat menambah dan melengkapi buku referensi di perpustakaan jurusan yang berkaitan dengan pemasaran jasa di industri perhotelan, sehingga dapat mempermudah mahasiswa dalam mencari referensi untuk penyusunan skripsi maupun karya tulis ilmiah lainnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti lain dapat memperluas dan mengembangkan kajian tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan kualitas pelayanan serta faktor yang berhubungan dengan kepuasan tamu, karena masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan tamu yang dirasa belum terungkap di dalam penelitian ini seperti: kualitas produk, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi 2010. *Penelitian Tindakan*. Yogyakarta: Aditya Media.
- A.S, Moenir. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Chair, Ira Meirina dan Heru Pramudia. 2017. *Hotel Room Division Management*. Depok: Kencana.
- Dunia, Firdaus dan Abdullah Wasilah. 2012. *Akuntansi biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Goleman, Daniel, 2011. *Working with emosional intelligence: kecerdasan emosi untuk mencapai puncak prestasi*(penerjemah Alex Tri Kanjto Widodo). Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Harahap, Annisa Khairani. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Roomboy terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Daima Hotel Padang*. Skripsi Padang: Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata Perhotelan Universitas Negeri Padang.
- Kothler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kothler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Rizal Wahyu. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal ilmu dan riset manajemen, volume 4, 2-5.
- Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher dan Jochen Writz. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Le Meridien Jakarta, 2019. *Jumlah Event Banquet*. Jakarta: Banquet dan HRD Hotel Le Meridien Jakarta.
- Mulyadi. 2015. *Sistem Akuntansi*. Edisi ke-3. Cetakan ke-5. Jakarta: Salemba Empat.

- Putra, Bayu Eka. 2012. *Pengaruh Pelayanan Banquet terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru*. Skripsi Pekanbaru: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Riduwan. 2010. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-2. Cetakan ke-7. Yogyakarta: Andi offset.
- . 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Ed.2. Yogyakarta: ANDI.
- . 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiyasha, I.B.M. 2010. *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuwono. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Sewu Mas Yogyakarta*. Skripsi: Unsri.

Sumber Internet:

- Olsen dan Wickoof. 2010. *Pengertian Jasa Pelayanan* [online]. repository.umy.ac.id/bitstream/handle (diakses pada 11 April 2019).
- Riyadi, Heru. 2015. *Pengertian Banquet* [online]. repository.usu.ac.id/bitstream (diakses pada 11 April 2019).
- Traveloka, 2019. *Hotel Le Meridien Jakarta*. [online]. Tersedia: <http://www.traveloka.com/hotel/indonesia/hotel-lemeridien-jakarta>. Diakses pada tanggal 26 Mei 2019.
- TripAdvisor 2019. *Hotel Le Meridien Jakarta*. [online]. Tersedia: <http://www.tripadvisor.com/hotel/indonesia/hotel-lemeridien-jakarta>. Diakses pada tanggal 26 Mei 2019.