

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ROOM SERVICE DAN
FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI V HOTEL & RESIDENCE BANDUNG**

Budi Prasetyo^{1*}, Monika Ristiawati²

^{1,2} Universitas Nasional Pasim

E-mail: ¹⁾ nararitelclub@gmail.com, ²⁾ Monikkristiw@gmail.com

Abstrak

Perhotelan merupakan aspek dari bidang usaha yang sangat luas dan mencakup banyak akses bidang pekerjaan. Oleh karena itu, hotel tidak hanya berfungsi memberikan pelayanan, tetapi juga menekankan pada aspek pelayanan. Aspek penunjang pelayanan dan fasilitas hotel merupakan poin penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam bisnis perhotelan, misalnya kelengkapan fasilitas hotel dan keramahan pelayanan kamar akan menjadi nilai tambah di mata pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *room service* dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di V Hotel & Residence Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan Kamar (X1), Fasilitas Hotel (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan di V Hotel & Residence Bandung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan kamar (X1) dan fasilitas hotel (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya, kualitas pelayanan kamar dan fasilitas hotel dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan V Hotel & Residence Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Kamar, Fasilitas Hotel, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Hospitality is an aspect of a very large field of business and includes many access fields of work. Therefore, the hotel does not only function to provide services, but also emphasizes the service aspect. Aspects of supporting hotel services and facilities are important points in creating customer satisfaction in a hotel business, for example the completeness of hotel facilities and the friendliness of room service will be of added value in the eyes of customers. This study aims to determine the effect of the quality of room service and hotel facilities on customer satisfaction at V Hotel & Residence Bandung. This study uses a descriptive research method with a quantitative approach. In this study, the variables used are Room Service Quality (X1), Hotel Facilities (X2) and Customer Satisfaction (Y). This research carried out in V Hotel & Residence Bandung, with a total of 100 respondents. Based on the results of the research above, it can be concluded that, the quality of room service (X1) and hotel facilities (X2) partially has a significant effect on customer satisfaction (Y). This indicates that the quality of room service and hotel facilities can affect customer satisfaction V Hotel & Residence Bandung.

Keywords: *Room Service Quality, Hotel Facility, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat berkembang pesat, baik bisnis dalam bidang manufaktur maupun jasa. Saat ini dunia pariwisata banyak di minati oleh masyarakat. Selain itu, maraknya masyarakat berlibur untuk menikmati dan ingin mendapatkan hiburan serta kepuasan tersendiri untuk menghilangkan penat dalam rutinitasnya, seperti *staycation* di hotel.

Menurut Bagyono (2012:63) Hotel merupakan jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan, bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya. Dunia perhotelan adalah suatu aspek bidang bisnis yang sangat besar dan meliputi banyak akses bidang kerja. Karenanya hotel tidak hanya berfungsi memberikan jasa pelayanan, tetapi juga lebih mementingkan aspek jasa pelayanan.

Perhotelan termasuk kedalam pariwisata dimana terdapat dalam undang-undang nomor 10 tahun 2009 menimbang bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dan pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. (*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*, 2009).

Pasal 20 dan pasal 21 UUD Tahun 1945 dengan persetujuan bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia memutuskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (*Pasal 20 Dan Pasal 21 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*, n.d.).

Sebagai salah satu kota tujuan wisata, para wisatawan tentunya tak sulit menemukan penginapan sebagai tempat singgah di Bandung. V Hotel & Residence Bandung merupakan hotel yang terletak di Jalan Terusan Sutami III No. 1 (Setrasari), menjadikan penginapan ini sebagai tempat yang luar biasa untuk menelusuri Kota Bandung. Selain itu, V Hotel & Residence hanya berjarak 5 menit berkendara ke area factory outlet serta hanya berjarak 20 menit berkendara ke Lembang.

Namun, banyaknya pesaing yang dihadapi oleh V Hotel & Residence Bandung bukan hanya dari sector bisnis dengan fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai restoran mewah untuk tujuan wisatawan. Dengan demikian, untuk mengetahui kepuasan pelanggan demi keberlangsungan V Hotel & Residence Bandung, maka pengaruh kualitas pelayanan *room service* dan fasilitas hotel perlu diperhatikan. Setelah melakukan pra-survey menggunakan kuesioner kepada 20 orang tamu di Bulan Maret 2022 dengan hasil berikut.

Tabel 1 Fenomena Kualitas Pelayanan Room Service pada V Hotel & Residence Bandung periode 2022

No	Indikator	Persentase			
		Setuju	Persentase (%)	Tidak Setuju	Persentase (%)
1	Keandalan Petugas cepat dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman pada <i>room service</i>	10	50%	10	50%
2	Petugas cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah mengenai keluhan pada <i>room service</i>	8	40%	12	60%
3	Petugas baik dalam melayani <i>room service</i> dan selalu menjaga kesopanan	13	65%	7	35%
4	Petugas memahami keinginan pelanggan dan memberikan perhatian tulus terhadap pelayanan <i>room service</i>	12	60%	8	40%
5	Peralatan yang disediakan pada <i>room service</i> bersih dan terawat	10	50%	10	50%

Sumber : hasil pra-survey, 2022 Tamu *Room Service* pada V Hotel & Residence Bandung

Berdasarkan hasil data tabel diatas dijelaskan bahwa terdapat fenomena kualitas pelayanan *room service* pada V Hotel & Residence Bandung Periode 2022 sebagai berikut: (1) Fenomena keandalan Petugas cepat dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman pada *room service*, sebanyak 50% menyatakan setuju dan sebanyak 50% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa masalah dalam sistem mengantar makananan. Misalnya terjadi kendala pada bagian *kitchen* dikarnakan banyaknya pesanan dan kurangnya kandidat *chef* yang seharusnya dikerjakan oleh beberapa orang, hal itu yang menyebabkan terlambatnya pengantaran makanan atau minuman yang di pesan oleh tamu pada pelayanan *room service*. (2) Fenomena mengenai Petugas cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah mengenai keluhan pada *room service*. Pada fenomena bagian petugas bisa menyelesaikan masalah mengenai keluhan pada *room service*, koresponden menjawab 40% setuju dan 60% tidak setuju, hal tersebut dikarenakan adanya petugas yang masih kebingungan menghadapi keluhan pada *room service* jika terjadinya kendala yang tidak sengaja terjadi. Contohnya seperti lama-nya pengantaran makanan, dikarenakan adanya kerusakan pada kompor yang harus di perbaiki dan memakan waktu yang membuat tamu kecewa, karena keinginan tamu untuk makanan dan minuman yang dipesan, segera dikirim secepatnya. (3) Fenomena Petugas baik dalam melayani *room service* dan selalu menjaga kesopanan, sebanyak 65% setuju dan 35% tidak setuju, hal ini menunjukkan bahwa petugas selalu berusaha menjaga jaminan dalam melayani pelayanan *room service* dengan baik (4) Fenomena Petugas mamahami keinginan pelanggan dan memberikan perhatian tulus terhadap pelayanan *room service*, sebanyak 60% setuju dan 40% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa petugas kurang memahami dalam mengatasi empati yang harus dilakukan oleh petugas kepada pelanggan. (5) Peralatan yang di sediakan pada *room service* bersih dan terawat. sebanyak 50% menyatakan setuju dan sebanyak 50% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada peralatan makanan dan minuman yang kurang teliti saat di bersihkan.

Dari semua fenomena-fenomena di atas mengenai kualitas pelayanan *room service* V Hotel & Residence Bandung menunjukkan bahwa pada fenomena tersebut merupakan hasil dari pendapat 20 tamu yang menginap di V Hotel & Residence Bandung, yang penulis teliti pada kualitas pelayanan berada pada kualitas baik, karna dalam penilaian tersebut lebih dominan hal baik dan nilai lebih positif dibanding penilaian negatif walaupun masih ada kekurangan dalam Petugas yang kurang cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah mengenai keluhan pada *room service*.

Tabel 2 Fenomena Fasilitas pada V Hotel & Residence Bandung

No	Indikator	Persentase			
		Setuju	Persentase (%)	Tidak Setuju	Persentase (%)
1	Fasilitas yang disediakan nyaman dan sesuai dengan kebutuhan tamu yang menginap	14	70%	6	30%
2	Kelengkapan pada fasilitas sangat memadai	10	50%	5	50%
3	Banyaknya perbaikan pada fasilitas dalam ruangan yang digunakan	8	40%	12	60%
4	Tampilan luar hotel menarik/mencolok untuk dikunjungi	13	65%	7	35%

Sumber : hasil pra-survey, 2022 Tamu pada V Hotel & Residence Bandung

Berdasarkan hasil data tabel diatas, dijelaskan bahwa terdapat fenomena fasilitas hotel pada V Hotel & Residence Bandung Periode 2022 sebagai berikut: (1) Fenomena Fasilitas yang disediakan nyaman dan sesuai dengan kebutuhan tamu yang menginap. Sebanyak 70% setuju dan 30% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang di sediakan di V Hotel & Residence Bandung cukup nyaman dan sesuai dengan kebutuhan tamu yang menginap, di karnakan V Hotel & Residence Bandung mempunyai fasilitas yang dimiliki oleh bintang atas pada umumnya, padahal V Hotel & Residence Bandung hanya Hotel bintang 3, yang mempunyai fasilitas yang di butuhkan oleh tamu yang menginap. Contohnya seperti V Hotel & Residence Bandung yang mempunyai fasilitas kamar, kolam renang, restoran, *room service*, spa, v mart dan lain-lain. Tetapi hal itu tidak di mungkinkan jika tamu kurang puas dengan adanya fasilitas yang di sediakan. Dikarenakan tamu tersebut terbiasa dengan fasilitas yang lebih dari fasilitas yang disediakan pada V Hotel & Residence Bandung. (2) Fenomena mengenai Kelengkapan pada fasilitas sangat memadai. Sebanyak 50% setuju dan 50% tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa kurang nya kelengkapan pada fasilitas yang disediakan. (3) Fenomena Banyaknya perbaikan pada fasilitas yang digunakan. Survey menunjukkan 40% setuju dan 60% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa adanya banyak kerusakan yang harus di perbaiki, seperti contoh adanya kerusakan pada AC ruangan yang menyebabkan panasnya udara yang ada di dalam fasilitas kamar yang disediakan. (4) Fenomena Tampilan luar hotel menarik/mencolok untuk di kunjungi, survey menunjukkan 65% setuju dan 35% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas desain eksterior cukup menarik untuk membuat pelanggan senang dengan tampilan desain eksterior yang dibuat.

Dari semua fenomena-fenomena diatas mengenai Kenyamanan Fasilitas V Hotel & Residence Bandung cukup memadai dan mayoritas tamu nyaman dengan fasilitas yang disediakan, Maka dari itu fenomena yang merupakan hasil dari pendapat 20 orang tamu yang

menginap, di V Hotel & Residence Bandung pada kenyamanan fasilitas berada pada tingkat yang baik, walaupun ada kendala banyaknya perbaikan pada fasilitas yang disediakan.

Tabel 3 Fenomena Kepuasan Pelanggan pada V Hotel & Residence Bandung

No	Indikator	Persentase			
		Setuju	Persentase (%)	Tidak Setuju	Persentase (%)
1	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas sehingga ingin kembali datang ke V Hotel & Residence Bandung	16	80%	4	20%
2	Saya puas karena apa yang saya inginkan dan butuhkan merasa tercukupi dan terpenuhi	10	50%	5	50%
3	Saya puas karena petugas memberikan pelayanan yang baik terkait informasi yang diperlukan	10	50%	10	50%
4	Saya puas dengan hasil pelayanan petugas yang sangat baik	14	70%	6	30%
5	Saya puas karna petugas menjalankan tugas dengan baik dan mendengarkan masukan yang diberikan oleh pelanggan	12	60%	8	40%

Sumber : hasil pra-survey, 2022 Tamu pada V Hotel & Residence Bandung

Berdasarkan hasil data tabel diatas dijelaskan bahwa terdapat fenomena Kepuasan Pelanggan hotel pada V Hotel & Residence Bandung Periode 2022 sebagai berikut: (1) Fenomena Saya puas dengan pelayanan yang di berikan oleh petugas sehingga ingin kembali datang ke V Hotel & Residence Bandung, sebanyak 80% setuju dan 20% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelayanan yang di berikan petugas kepada tamu cukup baik. (2) Fenomena Saya puas karna apa yang saya inginkan dan butuhkan merasa tercukupi dan terpenuhi, sebanyak 40% setuju dan 60% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kekurangan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan beberapa masalah dan kendala yang terjadi, sehingga harapan yang diinginkan oleh tamu belum semua terpenuhi, sebagai contoh kerusakan pada fasilitas barang hotel yang terjadi saat tamu sedang ingin digunakan dan penting untuk digunakan, seperti pemanas air yang ada kerusakan dan tidak bisa digunakan, seperti setrikaan yang disediakan ada kerusakan, walaupun kendala itu bisa diatasi dengan ditukarnya pemanas dan setrikaan yang lain. Tetapi hal itu menjadi hal yang membuat tamu merasa kurang puas dengan fasilitas yang di berikan oleh pihak hotel. (3) Fenomena Saya puas karna petugas memberikan pelayanan baik terkait informasi yang di perlukan, Sebanyak 50% setuju dan 50% tidak setuju, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya informasi yang kurang tersampaikan oleh petugas terhadap pelanggan. (4) Fenomena Saya puas dengan hasil pelayanan petugas yang sangat baik. Sebanyak 70% setuju dan 30% tidak setuju, hal ini menunjukkan bahwa penilaian tamu terhadap petugas sangat baik, hal ini dikarenakan petugas selalu menjalankan standar operasional prosedur yang di dalamnya terdapat bagaimana cara bekerja dengan baik dan bagaimana cara melayani tamu dengan baik, terlebih karyawan selalu menjalankan 5S senyum, salam, sapa, sopan dan santun, walaupun terdapat beberapa

kendala yang bisa diatasi seperti keluhan tamu yang mungkin ada permasalahan terhadap kesalahan dan ketidakpuasan tamu, tetapi jika di hadapi dan di perbaiki dengan sikap yang sabar, baik dan jawaban tutur kata yang benar, tamu pun akan mengerti dengan adanya keluhan yang terjadi. (5) Saya puas karna petugas menjalankan dan mendengarkan dengan baik dan melayani masukan yang di berikan oleh pelanggan. Sebanyak 60% setuju dan 40% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa petugas menjalankan dengan baik tugas dan tanggung jawabnya.

Dari semua fenomena-fenomena di atas mengenai kepuasan tamu pada V Hotel & Residence Bandung dengan hasil pra-survey penilaian dari 20 orang tamu yang menginap, cukup baik, dikarenakan tamu merasa puas dengan apa yang di berikan oleh pihak hotel walaupun ada beberapa kendala pada apa yang diinginkan tamu kurang tercukupi dan terpenuhi.

Dalam pelayanan, hal penting yang harus di lakukan oleh para pekerja di hotel mempunyai kewajiban yang harus dilakukan, yaitu 5S senyum, salam, sapa, sopan dan santun. Yang merupakan bagian dari sifat. 5 (S) ini sangat berpengaruh dalam pelayanan yang membuat setiap-orang yang memasuki area hotel, akan merasa senang, nyaman dan puas dengan pelayanan yang di berikan oleh pihak hotel tersebut. Pelayanan ini yang sangat berpengaruh penting terhadap perkembangan suatu perusahaan (Handayani & Anwar, 2021). Pelayanan tidak terlepas dari sebuah manajemen yang dikelola dengan baik. Pelayanan setiap hotel harus memiliki pelanggan setia dan bagus yang menjadi harapan dan bertambah pelanggan terus menerus.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan room service & fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di V Hotel & Residence Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy & Tjiptono (2015:157) Mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016:261) Kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Fandy & Tjiptono (2014) ada 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: (1) Bukti Fisik (*Tangible*) merupakan bukti yang nyata dari kepedulian dan kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menimbulkan penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. (2) Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah karena kepuasan konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. (3) Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap. (4) Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang di tawarkan

dimensi ini sangat penting karna melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidak pastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kualitas konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. (5) Kepedulian (*Empathy*) adalah kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa, Kualitas pelayanan yaitu suatu aktivitas, totalitas fitur dan karakter yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen perusahaan dengan menawarkan atau melakukan aktivitas yang membuat para konsumen merasa puas, merasa terpenuhi apa yang diinginkan para konsumen, dan merasa senang dengan pelayanan dari perusahaan dan itu membuat perusahaan dapat keuntungan baik nama perusahaan maupun nilai dari konsumen. Dengan keuntungan tersebut konsumen akan kembali membeli produk dari perusahaan dan bisa menjadi pelanggan setia pada perusahaan tersebut.

3.2. Room Service

Menurut Cidartaty (2012) *Room service* adalah sistem pelayanan terhadap tamu hotel dimana makanan dan minuman yang di pesan diantarkan dan dinikmati di dalam kamar. Menurut Graham Brown (2012:98) *Room service* adalah pelayanan makanan dan minuman yang dipesan oleh tamu dinikmati di dalam kamar baik di hotel maupun penginapan yang lain.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa *room service* merupakan pelayanan makanan dan minuman yang bisa di antar dan bisa dinikmati ke dalam kamar hotel atau penginapan lainnya.

3.3. Fasilitas

Menurut Fandy & Tjiptono (2014) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Menurut Daradjat & Zakiah (2012) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa fasilitas merupakan suatu sumber daya fisik atau sarana dan sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu jasa dalam rangka mencapai suatu tujuan.

3.4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2014:150) Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut Fandy & Tjiptono (2015:146) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan suatu individu yang muncul setelah merasakan suatu aktivitas kinerja (hasil) yang menurutnya adalah termasuk harapan yang diinginkan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan *Room Service* (X1), Fasilitas Hotel (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Populasi dalam penelitian ini yaitu 9542 pelanggan V Hotel & Residence Bandung pada tahun 2022. Namun, populasi yang begitu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi (keterbatasan dana, tenaga, dan waktu) maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2010). Maka, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan V Hotel & Residence Bandung. Lokasi tempat penelitian ini adalah V Hotel & Residence Bandung yang beralamat di jalan Terusan Setraria-Terusan Setrawangi Raya RT.005 RW.02 Kelurahan Sukagalih Kecamatan Sukajadi kota Bandung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Profil Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin dan usia yang dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 4 Fenomena Kepuasan Pelanggan pada V Hotel & Residence Bandung

	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	62	62.0%
Laki-laki	38	38.0%
Total	100	100%
Usia		
17-25	78	78.0%
26-30	11	11.0%
31-45	11	11.0%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi responden di atas, terdapat 100% (100 responden) dengan jenis kelamin perempuan pelanggan V Hotel & Residence Bandung diantaranya 62.0 % (62 responden) dan jenis kelamin laki-laki pelanggan V Hotel & Residence Bandung diantaranya 38.0 % (38 responden). Selain itu, terdapat 100% (100 responden) dengan usia 17-25 tahun, pelanggan V Hotel & Residence Bandung terdapat 78.0 % (78 responden), sedangkan dengan usia 26-30 tahun, pelanggan V Hotel & Residence Bandung terdapat 11.0 % (11 responden), dan usia 31-45 tahun, pelanggan V Hotel & Residence Bandung terdapat 11.0 % (11 responden).

4.1.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas berdasarkan perhitungan SPSS v.26 untuk masing-masing variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan *Room Service* (X1), Fasilitas Hotel (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). sebagai berikut:

Berdasarkan tabel uji validitas terhadap 10 butir pernyataan variabel kualitas pelayanan *room service* (X1) menunjukkan bahwa pada pernyataan tersebut dinyatakan valid atau sah. Karna pada setiap butir nilai r hitung > r tabel. Hal ini membuktikan bahwa semua pernyataan variabel kualitas pelayanan *room service* dinyatakan valid atau sah dan bisa dijadikan sebuah pernyataan – pernyataan kuesioner pada penelitian.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan *Room service* (X₁)

No Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.771	0.1966	Valid
2	0.772	0.1966	Valid
3	0.770	0.1966	Valid
4	0.771	0.1966	Valid
5	0.768	0.1966	Valid
6	0.773	0.1966	Valid
7	0.772	0.1966	Valid
8	0.772	0.1966	Valid
9	0.770	0.1966	Valid
10	0.768	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan tabel uji validitas terhadap 10 butir pernyataan variabel kualitas pelayanan *room service* (X1) menunjukkan bahwa pada pernyataan tersebut dinyatakan valid atau sah. Karna pada setiap butir nilai r hitung > r tabel. Hal ini membuktikan bahwa semua pernyataan variabel kualitas pelayanan *room service* dinyatakan valid atau sah dan bisa dijadikan sebuah pernyataan – pernyataan kuesioner pada penelitian.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas Hotel (X₂)

No Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.771	0.1966	Valid
2	0.773	0.1966	Valid
3	0.775	0.1966	Valid
4	0.771	0.1966	Valid
5	0.780	0.1966	Valid
6	0.774	0.1966	Valid
7	0.775	0.1966	Valid
8	0.773	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan tabel uji validitas terhadap 8 butir pernyataan variabel fasilitas hotel (X₂) menunjukkan bahwa pernyataan tersebut valid atau sah. Hal ini dikarenakan setiap butir pernyataan mempunyai nilai r hitung > r tabel. Maka dari itu hasil uji validitas ini membuktikan bahwa pernyataan – pernyataan kuesioner bisa dijadikan penelitian.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.771	0.1966	Valid
2	0.774	0.1966	Valid
3	0.771	0.1966	Valid
4	0.770	0.1966	Valid
5	0.768	0.1966	Valid
6	0.772	0.1966	Valid
7	0.770	0.1966	Valid
8	0.769	0.1966	Valid
9	0.768	0.1966	Valid
10	0.768	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan tabel uji validitas terhadap 10 butir pernyataan variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa pernyataan tersebut valid atau sah. Hal ini dikarenakan setiap butir pernyataan mempunyai nilai r hitung > r tabel. Maka dari itu hasil uji validitas ini membuktikan bahwa pernyataan – pernyataan kuesioner bisa dijadikan penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Hasil pengolahan data dengan SPSS V.26 uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan *Room Service* sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan *Room Service* (X_1)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cornbach'alpha</i>	<i>N of Item</i>
0.792	10

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan *room service* yang menggunakan SPSS 26, maka didapatkan nilai *Cornbach'alpha* sebesar 0.792. Sehingga hasil uji reliabilitas tersebut dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Cornbach'alpha* > 0.7 . Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas ini dinyatakan konsisten dan dapat di jadikan sebagai pernyataan kuesioner penelitian.

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas Hotel (X_2)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cornbach'alpha</i>	<i>N of Item</i>
0.800	8

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel fasilitas hotel yang menggunakan SPSS 26, maka didapatkan nilai *Cornbach'alpha* sebesar 0.800. Sehingga hasil uji reliabilitas tersebut dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Cornbach'alpha* > 0.7 . Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas ini dinyatakan konsisten dan dapat di jadikan sebagai pernyataan kuesioner penelitian.

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cornbach's alpha</i>	<i>N of Item</i>
0.792	10

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel fasilitas yang menggunakan SPSS 26, maka didapatkan nilai *Cornbach'alpha* sebesar 0.792. Sehingga hasil uji reliabilitas tersebut dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Cornbach'alpha* > 0.7 . Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas ini dinyatakan konsisten dan dapat di jadikan sebagai pernyataan kuesioner penelitian.

4.1.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 10 Hasil Uji Normalitas

Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test			
		Unstansardized Residual	
N	100		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.59078694	
Most Extreme Differences	Absolute	.124	
	Positive	.124	
	Negative	-.120	
Test Statistic	.124		
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001 ^c		
One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test			
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.083	
	99% Confidence Interval	Lower bound	.076
		Upper bound	.090
a. Test Distribution is Normal			
b. Calculated from data			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000			

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, diketahui Sig.0.083 > 0.05, maka bisa disimpulkan bahwa nilai residual distribusi normal.

2. Auto Korelasi

Berikut ini adalah hasil dari perhitungan uji auto-korelasi dengan ketentuan *Durbin Watson* yang diolah menggunakan SPSS 26.

Tabel 11 Hasil Uji Auto Korelasi

Uji Kolmogrov - Smirnov

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.947 ^a	.896	.894	3.628	2.010
a. Predictors: (Constant), X2 (Fasilitas hotel), X1(kualitas Pelayanan <i>RoomService</i>)					
b. Dependent Variable: Y (Kepuasan pelanggan)					

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Dari hasil penelitian auto korelasi Durbin Watson ini sebesar 2.010 yang menunjukkan bahwa tidak terjadi auto korelasi.

3. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independent. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji multikolinearitas dengan ketentuan VIF dan *Tolerance* yang peneliti olah menggunakan SPSS 26.

Tabel 12 Hasil Uji Multikolinearitas semua variabel Independent terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.986	.861		2.306	.023		
	Kualitas pelayanan <i>roomservice</i>	.318	.097	.339	3.269	.001	.099	10.093
	Fasilitas hotel	.761	.128	.619	5.962	.000	.099	10.93
a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan								

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terdapat nilai VIF variabel kualitas *pelayanan room service* (X1) sebesar $10.093 < 10$ dan nilai *Tolerance* $099 > 0.10$. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaanvarian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Berikut ini adalah hasil uji Heteroskedastisitas dengan ketentuan *scatterplot* dan uji *Glejser* yang peneliti olah menggunakan SPSS 26.

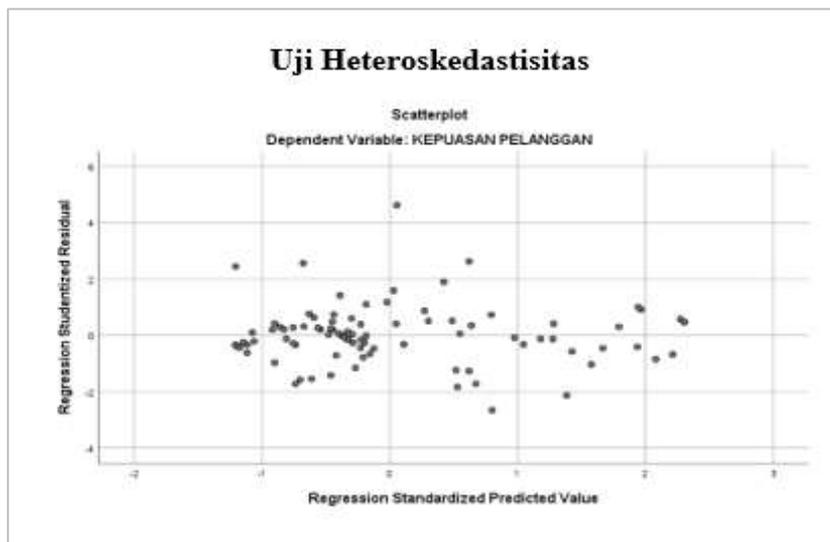
Tabel 13 Hasil Uji Gletser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.881	.626		3.006	.003
	Kualitas pelayanan <i>roomservice</i>	.057	.071	.256	.799	.426
	Fasilitas hotel	-.093	.093	-.135	-.422	.674

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Data Primer SPSS 26 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas pada variabel kualitas pelayanan *room service* (X1), ini menunjukkan bahwa dengan nilai Sig. $0.426 < 0.005$ tidak terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi, untuk variabel fasilitas hotel (X2) telah terjadi heteroskedastisitas dengan nilai Sig. $0.674 > 0.005$. maka peneliti mencoba kembali pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji lain. Yaitu menggunakan uji *Scatterplot*. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Scatterplot*.



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitasn (*Scatterplot*)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa variabel dalam penelitian ini berdasarkan uji heteroskedastisitas dapat diartikan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas

dalam variabel penelitian yang digunakan tersebut. Dikarenakan titik-titik data tidak berpola, titik-titik data penyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. Sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas pada variabel penelitian ini dapat terpenuhi. Sehingga data variabel yang digunakan pada penelitian ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Room Service* (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), maka diketahui nilai t hitung variabel kualitas pelayanan *room service* sebesar (3.269) > t tabel (1.984) dengan nilai Sig. 0.001 < (0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan *room service* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Maka dari itu penelitian ini H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya jika kualitas pelayanan *room service* semakin optimal dan semakin baik maka akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Moha & Loindong (2016), Wibisono (2015), dan Dedy & Alfandi (2022). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan *room service* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan oleh petugas akan meningkatnya pelanggan yang ingin terus mendatangi hotel dan menjadi pelanggan setia.

4.2.2. Pengaruh Fasilitas Hotel (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), maka diketahui nilai t hitung sebesar (5.962) > t tabel (1.984) dengan nilai Sig. 0.000 < (0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas hotel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Maka dari itu penelitian ini H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya kualitas pelayanan *room service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan temuan Dedy & Alfandi (2022), Moha & Loindong (2016), dan Wibisono (2015). Variabel fasilitas hotel memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, fasilitas menunjukkan hasil bahwa secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Room Service* (X1) dan Fasilitas Hotel (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil Pengujian (uji F) didapatkan nilai F hitung 419.979 > F tabel 3.09 dengan nilai Sig.0.000 (<0.05), Dengan demikian Ho di tolak dan H1 diterima. Artinya kualitas pelayanan *room service* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0.947, yang berarti nilai interval koefisien berada pada range 0,80 – 1,000 dengan tingkat hubungan kuat. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara Kualitas pelayanan *room service* (X1) dan fasilitas hotel (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah kuat. Dan pada perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa pengaruh terbesar dari variabel Fasilitas hotel (X2) dengan kontribusi pengaruh sebesar 58,3% sedangkan variabel kualitas pelayanan *room service* (X1) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 31,5%. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat

disimpulkan bahwa, Kualitas pelayanan *room service* (X1) dan fasilitas hotel (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil dari temuan ini didukung oleh temuan oleh penelitian sebelumnya yang juga sejalan (Dedy & Alfandi, 2022; Moha & Loindong, 2016), . Artinya bahwa kualitas pelayanan *room service* dan fasilitas hotel mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan V Hotel & Residence Bandung.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil data dalam penelitian ini dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan *room service* termasuk kedalam penilaian baik, namun terdapat aspek yang lemah mengenai pernyataan keandalan petugas cepat dalam memahami sifat dan karakter pelanggan yang belum optimal.
2. Fasilitas hotel termasuk kedalam penilaian baik, namun masih terdapat aspek penilaian yang lemah pada pernyataan banyaknya perbaikan pada fasilitas dalam ruangan yang digunakan yang belum optimal.
3. Kepuasan Pelanggan termasuk kedalam penilaian baik, namun masih terdapat aspek penilaian yang lemah pada pernyataan tidak ingin pindah ke hotel lain.
4. Kualitas pelayanan *room service* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan V Hotel & Residence Bandung.
5. Fasilitas hotel menunjukkan hasil bahwa secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan V Hotel & Residence Bandung.
6. Kualitas pelayanan *room service* dan fasilitas hotel secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan V Hotel & Residence Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono. (2012). *Teori dan Praktik: Hotel Front Office*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Cidartaty. (2012). *Definisi Room Service*.
- Daradjat, & Zakiah. (2012). *Pendidikan Islam, Cet. X, Jakarta: Bumi Aksara*.
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sain Manajemen*, 4(1), 18–25.
- Fandy, & Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. 4.
- Graham Brown. (2012). *Definisi Room Service*.
- Handayani, A. S. A., & Anwar, U. S. K. (2021). Kepuasan Dan Kenyamanan Nasabah Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh PT Taspen (Persero) Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 284–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.48>
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen. Pearson Education, Inc., 15th Editi*.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.

(n.d.).

- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Undang-Undang Republik Rndonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. (2009).
- Wibisono, A. P. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pondok Tingal Di Kabupaten Magelang. *Diponegoro Journal Of Management*, 311–323.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ROOM SERVICE DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI V HOTEL & RESIDENCE BANDUNG**

Budi Prasetyo, Monika Ristiawati
