

Pengaruh kualitas pelayanan housekeeping departement terhadap keputusan menginap di inna sindhu beach hotel sanur bali

I Made Swariga¹⁾, Ida Bagus Ketut Astina²⁾, Agus Muriawan Putra³⁾

Program Vokasi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Jl. DR. R. Gorris No. 07, Denpasar, 80232, Telp/Fax : +62 361 223798

E-mail: defendy7609@gmail.com

Abstrak

Pentingnya peran *housekeeping department*, mengharuskan *staffnya* untuk bekerja sebaik-baiknya agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada tamu, sebagai departemen yang langsung berhubungan dengan tamu, Diharapkan peningkatan kualitas pelayanan *housekeeping department* dapat meningkatkan keputusan wisatawan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali. Inna Sindhu Beach Hotel Bali adalah hotel berbintang tiga yang terletak di Jalan Pantai Sindhu No. 14, Sanur, kota Denpasar yang memiliki 61 kamar. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Jumlah responden ditetapkan 99 berdasarkan perhitungan rumus Slovin. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan *Housekeeping Departemen* terhadap Keputusan Menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali. Hasil dari penelitian ini adalah ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali. Penilaian tertinggi diperoleh oleh *assurance* dengan nilai rata-rata 4,03, sedangkan penilaian terendah diperoleh pada indikator *responsive* dengan nilai rata-rata 3,92. Sedangkan indikator dari keputusan menginap yang mendapat penilaian tertinggi adalah dari perilaku pasca pembelian dengan nilai rata-rata 4,10, dan indikator yang mendapat penilaian terendah adalah dari pencarian informasi dengan nilai rata-rata 3,70. Dan saran yang dapat penulis berikan kepada manajemen hotel yaitu untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam ketanggapan karyawan dalam melayani tamu secara individu.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Menginap, Inna Sindhu Beach Hotel Bali

Abstract

The importance of the role *housekeeping department* requires the staff to do their best in order to render maximum service to guest, as a *housekeeping service* directly related to guest, it is expected that the quality of the service of the *housekeeping department* can improve the decision of tourist staying at the Inna Sindhu Beach Hotel Sanur Bali. Inna Sindhu Beach Hotel Bali is a three-star hotel located on Jalan Pantai Sindhu No. 14, Sanur, Denpasar city which has 61 rooms. The data analysis technique used is descriptive quantitative. The number of respondents was set to 99 based on the calculation of the Slovin formula. The purpose of this study is to find out the effect of *Departemen Housekeeping Service Quality* on the decision to stay at Inna Sindhu Beach Hotel Bali. The results of this study are the influence of the quality of service on the decision to stay at Inna Sindhu Beach Hotel Bali. The highest rating obtained by the *assurance* with an average value of 4.03, while the lowest rating is obtained on the *responsive* indicator with an average value of 3.92. While the indicator of the decision to stay the highest rating is from post-purchase behavior with an average value of 4.10, and the indicator that gets the most evaluation is from information search with an average value of 3.70. And the advice the author can give to hotel management is to further improve service quality, especially in the responsiveness of employees in serving guests individually.

Keywords: Quality of Service, Decision to Stay, Inna Sindhu Beach Hotel Bali

1. PENDAHULUAN

Pariwisata Bali merupakan barometer perkembangan pariwisata nasional. Bali merupakan tujuan wisata paling populer di Indonesia yang banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik dan internasional. Bali telah mendapatkan berbagai penghargaan internasional terutama di bidang pariwisata diantaranya *Family Travel People's Choice Awards* yang merupakan penghargaan berdasarkan survei destinasi wisata terbaik tahun 2018 oleh Australia dan India yang memilih Bali sebagai *Best Wedding Destination*. Dalam acara perjalanan dan rekreasi 2018 Penghargaan Terbaik India. Sektor pariwisata di Bali menjadi sektor andalan tidak hanya oleh pemerintah daerah, tetapi juga oleh sebagian lapisan masyarakat. Diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Bali dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan yang cukup baik.

Hotel adalah sarana tempat tinggal umum bagi wisatawan dengan syarat pembayaran dan menyediakan layanan makanan dan akomodasi. Dilihat dari fungsi utamanya, produk utama yang

dijual oleh para pelaku bisnis perhotelan adalah persewaan kamar atau jasa penginapan. Sejalan dengan perkembangan tersebut, jika sebelumnya produk dan jasa utama sebuah hotel yang dulu menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, kini telah berkembang. Konsumen mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar tempat tinggal, tetapi mereka mengharapkan hal-hal lain seperti kondisi lingkungan yang menyenangkan, kesopanan dan rasa hormat dari seluruh karyawan, serta fasilitas pendukung yang memuaskan. Hal ini dikarenakan hotel merupakan salah satu fasilitas penting dalam dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang melakukan perjalanan lebih dari sehari.

Bali dikenal sebagai surganya pariwisata karena memiliki tempat wisata alam, budaya dan buatan yang unik dan menakjubkan. Sektor pariwisata merupakan sektor yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan daerah dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, yang tentunya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat Bali. Pulau Bali telah dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai negara di dunia. Setiap tahun jumlah kunjungan wisatawan ke Bali semakin meningkat, tentunya hal inilah yang berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan akomodasi di Bali seperti hotel, villa, homestay dan akomodasi lainnya untuk menunjang kegiatan pariwisata di Bali. Bali telah menjadi salah satu tujuan wisata terpopuler di Indonesia.

Menurut Parsuraman, Zeithaml dan Berry (1988) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel yang bersangkutan, kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan teori TERRA sebagai indikator kepuasan pelanggan, kelima indikator tersebut antara lain: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliabilitas*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empati*).

Inna Sindhu Beach Hotel merupakan salah satu hotel yang termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dikelola oleh Inna Hotel Group yang memiliki kualitas bintang tiga, berlokasi di Jalan Pantai Sindhu No.14 Sanur, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Lokasi yang strategis di pinggir pantai sanur yang mempunyai pantai yang tenang, berada diantara kuta dan ubud yang merupakan pusat tujuan wisata di bali, dan memiliki akses yang sangat baik menuju hotel, merupakan daya tarik yang di miliki oleh inna sindhu beach hotel bali Selain fasilitas Penunjang antara lain tersedia kamar dari tipe standar hingga deluxe, ruang pertemuan besar yang dapat digunakan untuk kegiatan MICE, fasilitas olahraga, bar dekat pantai, dan restoran.

Hotel ini memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab, salah satu departemen yang memiliki peran besar dan penting dalam sebuah hotel adalah Departemen Housekeeping. Tata graha hotel memegang peranan yang sangat vital untuk operasional hotel, peran ini tidak terbatas pada saat tamu menginap di dalam kamar atau mencakup semua aspek kebersihan hotel seperti aset hotel yang paling terlihat yaitu gedung dan seluruh fasilitas.

2. METODE PENELITIAN

Kualitas yang diartikan oleh ISO 9000 merupakan kombinasi antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Dalam salah satu penelitian SERVQUAL oleh Parasuraman (1988) yang melibatkan 800 pelanggan berusia 25 tahun ke atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut (Parasuraman Dalam Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani 2006: 182):

1. *Tangible*, yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan kondisi lingkungan sekitar merupakan bukti nyata yang diberikan oleh penyedia jasa. Ini termasuk fasilitas fisik, peralatan.
2. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan individual atau personal kepada pelanggan dengan berusaha memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, dan memiliki waktu operasi yang nyaman bagi pelanggan.
3. *Reliabilitas*, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan

yang artinya ketepatan waktu, pelayanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan ketelitian yang tinggi.

4. *Responsiveness*, yaitu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan akurat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
5. Garansi dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Ini mencakup beberapa komponen, termasuk komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan tata krama.

Keputusan untuk bermalam didahului oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang muncul karena berbagai faktor yang mempengaruhi, diantaranya faktor psikologis dan karakteristik wisatawan itu sendiri. Dalam penelitian ini variabel *Stay Decision* (Y) diambil dari proses pengambilan keputusan pembelian yang terdiri dari lima variabel yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Penjelasan dari kedua data yang digunakan adalah sebagai berikut. Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan untuk tujuan penelitian dimana data yang dikumpulkan adalah untuk menguji hipotesis yang sudah atau belum dirumuskan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka dan studi lapangan. Penjelasan tentang teknik pengumpulan data yang digunakan adalah. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara purposive sampling yaitu penentuan informan telah ditentukan secara sengaja pada orang-orang yang mampu memberikan informasi mengenai masalah yang sedang diteliti atau dengan kata lain pengambilan sampel didasarkan pada tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan. Tujuan dari masalah yang diterapkan dengan sengaja kepada orang-orang yang dianggap mewakili dan menjadi milik informan serta mampu dan kompeten menjawab pertanyaan yang diajukan dalam wawancara (Sugiyono, 2008). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menentukan jumlah populasi terlebih dahulu kemudian menentukan jumlah sampel yang akan digunakan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga teknik yaitu analisis deskriptif kualitatif, analisis skala likert, analisis regresi linier sederhana.

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis sangat berguna dalam penelitian, tanpa antisipasi terhadap alam ataupun tanpa hipotesis, tidak akan ada kelanjutannya dalam wawasan atau pengertian ilmiah dalam mengumpulkan data empiric, dalam penelitian ini penulis menggunakan hipotesa atau hipotesis asosiatif yang dapat didefinisikan sebagai dugaan/jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mempertanyakan hubungan (asosiasi) antara dua variable penelitian diantaranya sebagai berikut:

- Ho : Tidak Ada Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan *Housekeeping Department* Terhadap Keputusan Menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali
- Ha : Ada Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan *Housekeeping Department* Terhadap Keputusan Menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali

KERANGKA TEORI KUALITAS PELAYANAN

Menurut Tjiptono (2002) jika pelayanan yang diterima atau dipersepsikan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Payne (1993) kualitas pelayanan merupakan awal dari kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen, baik kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen mempengaruhi intensitas pembelian konsumen. Berdasarkan hal tersebut, peningkatan kualitas layanan harus berorientasi pada pelanggan. Ini dibuktikan dengan kegagalan banyak perusahaan jasa akibat

pengukuran kualitasnya hanya berdasarkan penyesuaian dengan standar badan usaha.

Sedangkan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990) pengertian kualitas pelayanan adalah sebagai berikut, “kualitas pelayanan yang dipersepsikan oleh konsumen, dapat diartikan sebagai perluasan dari ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi mereka”. Pengertian di atas berarti bahwa kualitas pelayanan dapat ditinjau dengan mengukur tingkat perbedaan antara harapan atau keinginan tamu dengan persepsinya. Jika pelayanan yang diterima tamu tidak sesuai harapan maka tamu tidak akan puas. Pemberi perlu mengidentifikasi apa yang diinginkan tamu dalam kualitas layanan.

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menurut Kotler dan Keller (2012: 161), terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian. Gambar 2.1 di bawah ini menunjukkan “model tahapan” dari proses pembelian konsumen melalui lima tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan Perilaku Pasca Pembelian. Jelas bahwa proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sebenarnya dan memiliki konsekuensi lama setelah pembelian.



Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian
Sumber: Kotler dan Amstrong (2012)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Awalnya hotel ini dimiliki oleh perusahaan Belanda yaitu: Konin Kolijke Paketvaar Maatsoha (KPM) yang dibangun pada saat negara Indonesia masih dijajah oleh Belanda. Setelah Indonesia merdeka pada 17 Agustus 1945, semua aset atau harta benda milik Belanda yang tidak bergerak (tidak bisa dibawa ke Belanda) ditinggalkan begitu saja. Kemudian setelah menjalin hubungan diplomatik antara Pemerintah Indonesia dan Kerajaan Belanda, hotel ini bersama dengan Hotel Bali yang terletak di Denpasar dijual kepada Pemerintah Indonesia pada tanggal 22 Agustus 1956 dengan harga 9 juta rupiah, dan hotel ini bernama Sindhu Beach Hotel. Tanggal 22 Agustus 1956 menjadi tonggak berdirinya hotel ini.

Semua hotel bekas milik Belanda di Bali seperti: Hotel Sindhu Beach, Hotel Bali, Hotel Kuta Beach dan luar Bali meliputi: Hotel Simpang di Surabaya, Hotel Bath Tretes di Jawa Timur, Hotel Garuda di Yogyakarta, Hotel Darma Deli di Sumatera Utara, Hotel Parapat di Danau Toba, dan Hotel Muara di Padang termasuk yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sesuai dengan Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia. Nomor: 5/97/3. Pada tahun 1974 hotel melakukan renovasi dan penambahan kamar serta dilengkapi dengan beberapa fasilitas seperti restaurant, bar dan kolam renang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan luar dan dalam negeri, selain itu diadakan pula Workshop Pata Conference di Bali yang bertempat di Bali Beach Hotel Sanur.

3.1 PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *HOUSEKEEPING DEPARTEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI INNA SINDHU BEACH HOTEL BALI

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali. Secara stimulan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap, untuk mengetahui pengaruhnya. Variabel dapat diuji dengan analisis regresi. Dalam penelitian ini, analisis regresi yang digunakan adalah analisis segregasi sederhana karena hanya terdapat satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Prasyarat untuk melakukan uji regresi sederhana adalah data harus lolos uji validasi dan reliabilitas.

3.1.1 UJI VALIDITAS INSTRUMEN DATA

Hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Valid artinya alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan prasyarat untuk memperoleh data yang valid dan reliabel.

Menurut Singgih Santoso (dalam Juniarta, 2016) item yang memiliki korelasi positif dengan kriteria skor total dan korelasi yang tinggi menunjukkan item tersebut memiliki validitas yang tinggi. Suatu alat ukur dikatakan valid jika skor item atau skor total > nilai r. Nilai r = 0,30, jika skor item dan skor total < dari 0,30 dapat dikatakan item tersebut tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Data

Variabel Penelitian	Item	Koefisien Korelasi	r nilai	Keterangan
Variabel Kualitas Pelayanan	X1.1	0,599	0,300	Valid
	X1.2	0,483	0,300	Valid
	X1.3	0,740	0,300	Valid
	X1.4	0,350	0,300	Valid
	X1.5	0,762	0,300	Valid
	X1.6	0,812	0,300	Valid
	X1.7	0,776	0,300	Valid
Variabel Keputusan Pembelian	Y.1	0,356	0,300	Valid
	Y.2	0,501	0,300	Valid
	Y.3	0,529	0,300	Valid
	Y.4	0,619	0,300	Valid
	Y.5	0,584	0,300	Valid
	Y.6	0,504	0,300	Valid
	Y.7	0,425	0,300	Valid
	Y.8	0,709	0,300	Valid
	Y.9	0,702	0,300	Valid
	Y.10	0,662	0,300	Valid
	Y.11	0,583	0,300	Valid
	Y.12	0,462	0,300	Valid
	Y.13	0,435	0,300	Valid

Sumber: Hasil olah data (2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua data variabel dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan dalam penelitian sesungguhnya.

3.1.2 UJI RELIABILITAS INSTRUMEN DATA

Reliabilitas mengarah pada keakuratan dan ketepatan suatu alat ukur dalam suatu prosedur pengukuran. Koefisien reliabilitas menunjukkan kestabilan skor yang diperoleh individu, yang mencerminkan proses reproduksi skor. Skor tersebut stabil jika skor yang diperoleh pada satu waktu dan lainnya relatif sama. Arti lain dari reliabilitas dalam hal stabilitas adalah bahwa subjek yang dikenai pengukuran akan menempati peringkat yang relatif sama dalam pengujian terpisah dengan alat tes yang setara (Singh, 1986; Thorndike, 1991 dalam Widodo, 2006).

Reliabilitas data menurut Ghozali (Juniarta, 2016) adalah untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator suatu variabel atau konstruk. SPSS versi 23 menyediakan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan (α) > 0,60 dan sebaliknya.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
---------------------	-----------------------------	------------

Kualitas pelayanan	0,761	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,739	Reliabel

Sumber: Hasil olah data (2020)

3.1.3 UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Setelah instrumen data lolos uji validasi dan reliabilitas, selanjutnya data tersebut akan diuji menggunakan uji linier sederhana untuk mengukur pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap keputusan menginap (Y).

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Output bagian pertama adalah variable (entered /removed), tabel diatas menjelaskan tentang variable yang digunakan dan metode yang digunakan. Dalam hal ini variable yang dimasukan adalah variable X (kualitas pelayanan) sebagai variable independent dan variable Y (keputusan menginap) sebagai variable dependent, dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Koefisien Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.263 ^a	.069	.059	5.38762

a. Predictors: (Constant), X

Output bagian kedua adalah adalah model summary. Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,263 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0, 069, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas X terhadap variabel terikat Y sebesar 6,9%.

Koefisien Regresi Sederhana Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.923	4.332		8.986	.000
	X	.420	.157	.263	2.683	.009

a. Dependent Variable: Y

Output bagian keempat adalah tabel coefficients. Diketahui nilai konstanta (a) 38.932, sedangkan nilai keputusan menginap (b/koefisien regresi) 0,420, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 38,932 + 0,420X$$

Berdasarkan persamaan di atas diketahui bahwa nilai konstanta adalah 38,932. Secara matematis nilai konstanta ini menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan menunjukkan nilai 0, maka keputusan menginap memiliki nilai 38,392. Selanjutnya nilai positif (0,420) yang terdapat pada koefisien regresi variabel independen (kualitas layanan) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel independen X (kualitas layanan) dan variabel dependen Y (Decision to Stay) adalah searah, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan peningkatan keputusan tetap sebesar 0,420.

Dari hasil analisis tabel 4.13 diketahui 99 responden menghasilkan nilai korelasi 0,263. Interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan interpretasi nilai r sebagai berikut: 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel

1. $>0 - 0,25$: Korelasi sangat lemah

2. $>0,25 - 0,50$: Korelasi cukup
3. $>0,50 - 0,75$: Korelasi kuat
4. $>0,75 - 0,99$: Korelasi sangat kuat
5. 1 : Korelasi sempurna

Dari data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel kualitas pelayanan(X) dengan variabel keputusan menginap (Y) mempunyai hubungan yang cukup karena mempunyai nilai korelasi sebesar 0,263

Uji Hipotesis Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.923	4.332		8.986	.000
	X	.420	.157	.263	2.683	.009

a. Dependent Variable: Y

1. Perumusan Hipotesis :

Ho :Tidak Ada Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali

Ha :Ada Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali

2. Hasil thitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 2,683
3. Berdasarkan nilai t pada tabel coefficients, nilai t hitung sebesar 2,683 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98472, sehinga dapat disimpulkan bahwa variable X (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variable Y (keputusan menginap)

Catatan: Cara mencari t tabel

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 99-1-1) \\ &= (0,025 ; 97) \\ &= 1,98472 \end{aligned}$$

4. Pengambilan keputusan, jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil perhitungan t_{hitung} sebesar 2,683 di atas dibandingkan dengan t_{tabel} 1,98472, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o di tolak. Dengan kata lain menolak hipotesis nol (H_o) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) untuk pengujian kedua variabel.
5. Kesimpulan Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X)terdapat pengaruh terhadap variabel keputusan menginap(Y). Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Ada Pengaruh Yang Antara Kualitas Pelayanan Housekeeping Departement Terhadap Keutusan Menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali”

$H_0 : \beta = 0$ (Persamaan tidak linear atau tidak ada relasi antara X dan Y)

$H_1 : \beta \neq 0$ (Persamaan linear atau ada relasi antara X dan Y)

Terdapat hubungan yang signifikan antara indikator emphaty dan responsive yang merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di suatu hotel. Berdasarkan premis diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan *housekeeping department* terhadap keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali (didukung oleh premis nomor 1 sampai 3).

3.2 INDIKATOR YANG PALING BERPENGARUH POSITIF MAUPUN NEGATIF TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MENGINAP DI INNA SINDHU BEACH HOTEL SANUR BALI

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan beberapa indikator dari dimensi kualitas pelayanan seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono dan Chandra (2007) yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan physical evidence. Kualitas layanan dari keseluruhan indikator kualitas pelayanan masing-masing memiliki pengaruh yang berbeda terhadap keputusan wisatawan untuk menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Sanur Bali. Hal ini

dapat dilihat dari hasil kuisioner bahwa indikator empati dan daya tanggap pada dimensi kualitas pelayanan berpengaruh paling positif terhadap keputusan wisatawan menginap di Ina Sindhu Beach Hotel Sanur Bali. merupakan indikator tangibles dengan nilai rata-rata 3,91, walaupun indikator tangibles mendapat rating paling rendah, perbedaan indikator tersebut tidak jauh dengan indikator lain yang interval sama-sama baik, sehingga indikator yang memiliki pengaruh paling positif adalah indikator empati dan responsivitas mengenai kemudahan tamu dalam berkomunikasi dengan karyawan, responsivitas karyawan untuk memberikan informasi dan indikator yang berpengaruh negatif bersifat tangibles mengenai keselamatan tamu pada saat melakukan persiapan, walaupun mendapatkan penilaian terendah namun indikator tangibles masih termasuk dalam interval yang baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian konsep, hasil penelitian dan pengujian regresi linier sederhana yang dilakukan terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel dapat disimpulkan bahwa:

1. Penilaian responden mengenai kualitas pelayanan di Inna Sindhu Beach Hotel Bali baik dari tamu yang menginap. Baik disini maksudnya harga yang ditawarkan oleh Inna Sindhu Beach Hotel Bali sudah sesuai dengan fasilitas, kualitas pelayanan, dan juga kesesuaian harga kompetitor terlihat dari hasil penilaian responden sebagai berikut: penilaian tangibles mendapat nilai rata-rata 3,91 pada interval baik, empathy mendapat nilai rata-rata 3,93, reliabilitas mendapat nilai rata-rata 3,92, responsif mendapat nilai rata-rata 3,93, jaminan mendapat nilai rata-rata 3,92, dari semua indikator kualitas pelayanan mendapat nilai rata-rata 3,92 dalam interval baik, dan penilaian keputusan menginap sebagai berikut: penilaian pengenalan masalah mendapatkan nilai rata-rata 3,96, pencarian informasi mendapatkan nilai rata-rata 3,70, evaluasi alternatif mendapatkan nilai rata-rata 3,92, keputusan pembelian mendapat nilai rata-rata 3,80, perilaku pasca menginap mendapat nilai rata-rata 4,10, dari keseluruhan indikator keputusan menginap nilai rata-rata 3,89 dalam interval baik.
2. Penilaian tertinggi diperoleh empati dan ketanggapan dengan nilai rata-rata 3,93, sedangkan penilaian terendah diperoleh pada indikator tangibles dengan nilai rata-rata 3,91. Meskipun indikator tangibles mendapat penilaian paling rendah, namun perbedaan indikator tersebut tidak jauh berbeda dengan indikator lainnya dan memiliki interval yang sama baiknya. Jadi indikator yang paling berpengaruh positif terhadap tamu yaitu empati dan ketanggapan mengenai kemudahan komunikasi tamu dengan karyawan, ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi dan indikator yang berpengaruh negatif terhadap kepuasan tamu adalah tangibles mengenai keamanan selama menginap, dan diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,92 termasuk dalam interval baik.
3. Penilaian tingkat keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali mendapat rating tinggi. Tinggi disini berarti tingginya minat tamu untuk menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali karena berbagai alasan, mulai dari kebutuhan menginap, sumber informasi yang mempengaruhi, evaluasi produk dan jasa, merk, distributor, waktu, dan karena faktor kepuasan yang akan didapat. . Dari kelima indikator tersebut penilaian tertinggi diperoleh indikator perilaku pasca menginap, artinya kepuasan wisatawan terhadap pelayanan di Inna Sindhu Beach Hotel Bali tergolong tinggi. Indikator terendah diperoleh dengan mencari informasi, walaupun untuk mendapatkan penilaian terhadap indikator ini masih termasuk dalam interval yang baik, artinya informasi yang tersedia tentang Inna Sindhu Beach Hotel Bali sangat luas, baik dari internal hotel melalui promosi maupun dari hotel eksternal. seperti ulasan turis di situs web tertentu. Penilaian responden terhadap kelima indikator keputusan menginap adalah baik dan semuanya berada pada interval yang baik.
4. Kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh terhadap keputusan menginap yang terdiri dari pengenalan

masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menginap, dan perilaku pasca pembelian di Inna Sindhu Beach Hotel Bali.

Berdasarkan uraian di atas maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator kualitas pelayanan yang mendapat penilaian cukup mencolok dari responden adalah indikator responsif, terdapat 2 responden yang sangat tidak setuju dengan responsivitas karyawan dalam memberikan informasi kepada tamu di Inna Sindhu Beach Hotel Bali. Oleh karena itu, manajemen hotel harus memberikan pelatihan kepada setiap karyawannya agar kualitas layanan yang diberikan lebih baik dan tidak menimbulkan keluhan dari tamu. Secara keseluruhan keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali mendapat penilaian yang baik. Peringkat terendah terdapat pada indikator pencarian informasi, terutama informasi berdasarkan pengalaman sebelumnya. Untuk dapat meningkatkan manajemen hotel dapat melakukan upaya untuk memberikan kesan yang positif sebelum meninggalkan hotel, selain itu pihak manajemen dapat memberikan penghargaan kepada tamu yang telah menginap, sehingga kedepannya para tamu tersebut berkeinginan untuk menginap kembali di Inna Sindhu Beach Hotel, Bali.
- 2) Dari hasil penelitian, penerapan peningkatan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Inna Sindhu Beach Hotel Bali. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Inna Sindhu beach Hotel Bali menurut hasil penelitian tidak signifikan yang berarti terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan menginap.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan yang baik dari awal hingga akhir penulisan laporan akhir ini, tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen serta staff fakultas pariwisata Universitas Udayana yang telah membantu penulis dalam hal administrasi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne. (1993) *The Essence of Services Marketing (Pemasaran Jasa)*, Yogyakarta: Andy.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988) 'SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality'. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37
- A.J. Muljadi. (2009) *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bagyono. (2007) *Pariwisata & Perhotelan*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Endar, Sugiarto dan SriSulartiningrum. (1996) *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8, Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, Umar. (2007) *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012) *Ebook Principle of Marketing*. 13th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012) *E-book Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kushendryan, Samsudin S. (2016) *Pengantar Statistik Pariwisata*. Bandung: CV Alfabeta.
- Lupiyoadidan, Hamdani. (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua.
- Lawson. (1976). *Hotels, Motels, and Condominius: Design, Planning and Maintenance*. London: Architectural Press.
- Marpaung, Happy. (2002) *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. (1988) 'SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality'. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.

- Pendit, Nyoman S. (2006) *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Terbaru. Jakarta: PT Pradaya Pramita.
- Supardi, Natsir. (2012) *Model Pembelajaran Artikulasi*. Available at: <http://supardinatsir.blogspot.com/2012/07/model-pembelajaran-artikulasi.html> [Diakses pada 3 Desember]
- Sugiono. (1999) *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sutrisno, Hadi. (2004) *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2010) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra dan Adriana Dedi. (2008) Yogyakarta: Pemasaran Srtatejik.