

PENGARUH KERAMAHTAMAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Survei pada Pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang)

Adi Prawiranata

Edy Yulianto

Andriani Kusumawati

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

prawiranata_adi@yahoo.co.id

ABSTRACT

Villa agrotourism Tea Garden Wonosari Lawang, Malang has various allure because of the location of these villas is located within agrotourism Tea Garden Wonosari Lawang, Malang, with the variety of attractions that exist, this research focuses on how the service given to villa customers based on the factors of hospitality and service quality. The purpose of this research is to find out the influence of the Hospitality and Service Quality on Customer Satisfaction. Type of this research is explanatory research by using survey method with accidental sampling technique to obtain the condition of respondents have used the services of at least 2 times a villa that can be called as a customer. The results of multiple linear regression analysis shows variables Hospitality and Service Quality significant effect together and parsial to Customer Satisfaction, and Quality Service Variables the dominant influence on customer satisfaction. By giving them training to employees can add insight in providing services which will bring up confidence and a good feeling that will improve customer satisfaction to customer themselves.

Keyword : *Hospitality, Service Quality, Customer Satisfaction, and Agrotourism*

ABSTRAK

Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang memiliki berbagai daya tarik dikarenakan lokasi Villa ini terletak didalam kawasan Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang, dengan adanya berbagai daya tarik yang ada, penelitian ini berfokus pada bagaimana pelayanan yang diberikan pada pelanggan villa dengan berpatokan pada faktor-faktor keramahtamahan dan kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jenis penelitian ini adalah *Explanatory reseach* dengan menggunakan metode penelitian survei dengan teknik *sampling* Aksidental untuk mendapatkan responden dengan syarat telah menggunakan jasa villa minimal 2 kali sehingga dapat disebut sebagai pelanggan. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Variabel Kualitas Pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan cara memberikan pelatihan kepada para pegawai dapat menambah wawasan dalam memberikan pelayanan yang akan memunculkan keyakinan dan perasaan yang baik yang akan meningkatkan kepuasan pada diri pelanggan.

Kata Kunci : *Keramahtamahan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Agrowisata*

PENDAHULUAN

Sekarang ini, fenomena kebutuhan berwisata bukanlah menjadi hal yang asing lagi. Semua itu disebabkan karena wisata sekarang telah menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh semua kalangan masyarakat baik yang mampu maupun kurang mampu. Dengan tujuan yang sebagian besar sama yaitu untuk menyegarkan pikiran dari rutinitas sehari-hari, maka berbagai macam tema wisata yang ditawarkan di Indonesia. Salah satu contohnya yaitu wisata yang berbasis alam seperti pada Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang.

Berfokus pada faktor Kepuasan Pelanggan dalam diri pelanggan merupakan tujuan dari semua perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, sehingga Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang juga mempunyai tujuan untuk membuat para pelanggannya merasa puas. Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan merupakan faktor-faktor yang dapat diterapkan oleh para pengurus Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang dalam usaha menciptakan rasa puas pada diri pelanggannya. Pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain apabila pelanggan merasa benar-benar puas akan pelayanan yang diberikan.

Banyak yang menjadi faktor yang berperan dalam meningkatkan rasa puas yang dirasakan pelanggan. Faktor Keramahtamahan merupakan salah satu faktor yang penting untuk semua perusahaan yang bergerak dalam bidang industri jasa maupun produk. Keramahtamahan merupakan suatu tindakan yang diberikan karyawan kepada pelanggan pada suatu proses menerima dan memberi suatu pelayanan. Sebuah pelayanan bisa dibilang ramah, itu dapat dinilai oleh pelanggan yang berinteraksi langsung pada saat pemberian pelayanan sedang dilakukan.

Faktor kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting lainnya dalam menciptakan rasa puas dalam diri pelanggan. Rasa puas pada diri pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang jasa. Dalam variabel kualitas pelayanan terdapat lima indikator yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati) yang merupakan indikator-indikator yang akan dilakukan dalam memberikan suatu pelayanan dan menjadi faktor yang memberikan rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul "**Pengaruh Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**" Survei pada Pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian sebagai rumusan masalah, antara lain :

1. Bagaimana pengaruh Keramahtamahan terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan?

KAJIAN PUSTAKA

Keramahtamahan (*Hospitality*)

Istilah *Hospitality* bagi beberapa kalangan memang belum familiar, banyak yang mengaitkan istilah *Hospitality* dengan dunia rumah sakit (*hospital*). *Hospitality* dalam industri pariwisata lebih terkait dengan dunia HOREKA (Hotel, Restoran dan Kafe). Pada penelitian ini istilah *Hospitality* akan diartikan keramahtamahan. *Hospitality* sendiri menurut arti dalam bahasa Indonesia adalah Keramahtamahan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2005:924) Keramahtamahan adalah ramah tamah, sedangkan Ramah tamah adalah amat ramah, sehingga maksud keramahtamahan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu perilaku seseorang pada saat berinteraksi yang dilakukan dengan sopan, baik, ramah, dan lainnya kepada orang lain, hingga membuat orang lain itu senang dengan pelayanannya. Mill (2000:32) mendefinisikan keramahtamahan pada sebuah kawasan adalah perasaan disambut baik yang diterima oleh wisatawan pada waktu mengunjungi sebuah kawasan.

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

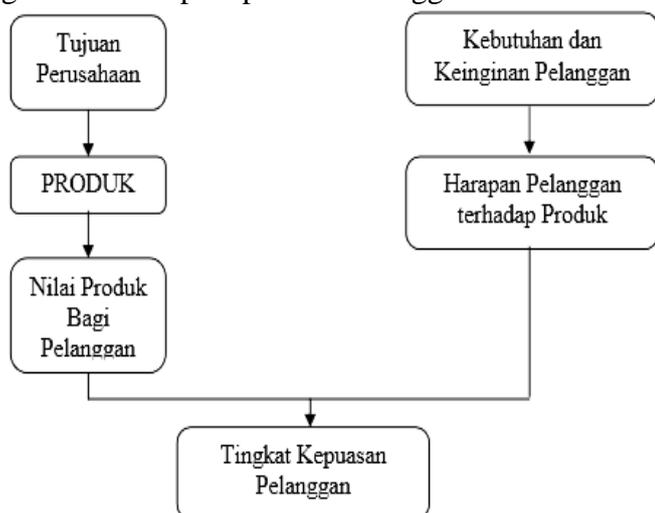
Menurut Roesanto dalam Tasunar, (2006:44) Kualitas Pelayanan adalah penilaian pelanggan tentang inti dari pelayanan yang diberikan ataupun semua hal yang menyangkut pada saat pelayanan diberikan. Tidak hanya menuntut kualitas produk yang diberikan, Wisatawan sekarang menuntut pelayanan yang maksimal.

Parasuraman, (2001:162). Kualitas Pelayanan yang diinginkan oleh wisatawan akan ditentukan oleh indikator-indikator Kualitas Pelayanan. indikator Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman yaitu:

1. **Bukti fisik (*Tangibles*)** yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan sarana, prasarana, daya tarik, dan semua yang telah diklaim dimiliki perusahaan sesuai dengan apa yang dijanjikan.
2. **Kehandalan (*Reliability*)** yaitu suatu kemampuan melakukan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.
3. **Ketanggapan (*Responsiveness*)** yaitu suatu kemampuan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan dengan cepat dan tepat.
4. **Jaminan (*Assurance*)** yaitu **kepastian** yang akan didapatkan oleh pelanggan apabila menggunakan jasa perusahaan antara lain berhubungan dengan komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetensi.
5. **Simpati (*Empathy*)** yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang tulus dan bersifat pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan yang dibutuhkan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Pendapat Kotler (2000:52) kepuasan adalah perbandingan perasaan setelah mendapatkan hasil yang diterimanya dengan harapannya. Ada pula pendapat Tse dan Wilton (1988:58) kepuasan pelanggan adalah evaluasi hasil yang diterima dengan harapan sebelumnya. Rangkuti (2002:30) Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Berikut adalah gambar konsep Kepuasan Pelanggan.



Gambar 1. Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono, 1997:25

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

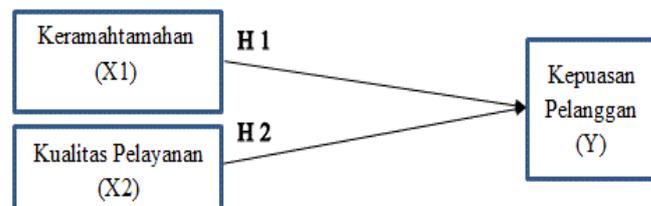
Menurut Taylor (1966:452), dalam *Webster's World University Dictionary*, *Hospitality* is "the practice of entertaining visitors with kindness and courtesy" yang artinya Keramahtamahan adalah praktek menghibur pengunjung dengan kebaikan dan kesopanan. Menurut Tjiptono dalam Hakim (2013:23) Keramahtamahan meliputi, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu dalam memberikan pelayanan dibutuhkan keramahtamahan agar memberikan rasa puas pada diri pelanggan.

Menurut Parasuraman (2001:162), bahwa konsep Kualitas Pelayanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan ($E_p = \text{Expectation}$) dan pelayanan yang dirasakan ($P_p = \text{Perception}$) yang membentuk adanya konsep Kualitas Pelayanan. Oleh karena itu dalam memberikan pelayanan, para pemberi pelayanan diharuskan memperhatikan semua item dari variabel Kualitas Pelayanan.

Pengertian diatas dapat disimpulkan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh keramahtamahan yaitu suatu perilaku yang ramah, baik, sopan, dan lain sebagainya dan kualitas pelayanan yang membuat kenyataan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan.

MODEL HIPOTESIS

Hipotesis menurut Sugiyono adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2005:51). Hipotesis harus dibuktikan kebenarannya karena masih merupakan dugaan. Pada penelitian ini hipotesis yang akan diuji seperti gambar dibawah ini :



Gambar 2. Model Hipotesis

dapat ditarik hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H₁ Terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Keramahtamahan (X₁) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.
- H₂ Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X₂) yang berupa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *explanatory* Widi (2010:48) yakni upaya lebih jauh untuk menjelaskan bagaimana hubungan dua faktor atau lebih. dan metode penelitian *survey*, yang dimana penelitian *survey* Mardalis (2008:28) pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Metode penelitian *survey* Widi (2010:85) merupakan upaya riset dimana mengumpulkan informasi atau data yang dikumpulkan melalui wawancara (*interview*) atau kuesioner. Dengan menggunakan skala Likert (Usman dan Akbar, 2009:69) merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu objek. Karena pembuatannya relatif mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi sehingga skala ini banyak digunakan dalam penelitian. Skala Likert memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5.

Pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang terdiri dari :

- 1. Keramahtamahan (X₁)** adalah suatu perilaku seseorang pada saat berinteraksi yang dilakukan dengan sopan, baik, ramah, dan lainnya kepada orang lain, hingga membuat orang lain itu senang dengan pelayanannya.
- 2. Kualitas Pelayanan (X₂)** adalah variabel yang mempunyai peranan yang penting terhadap Kepuasan Pelanggan. Indikator pada Variabel ini adalah bukti fisik, Kehandalan, daya tanggap, Jaminan, dan Empati
- 3. Kepuasan Pelanggan (Y)** adalah tingkat perasaan puas dalam membandingkan harapan yang diinginkan dengan hasil yang pelanggan rasakan.

Pada pengujian validitas dihasilkan nilai sig. $r < 0,000$ tiap item pertanyaan yang berarti lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa tiap item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Pada Pengujian

reliabilitas dihasilkan nilai yang didapatkan untuk semua variabel memperoleh nilai lebih dari 0,6. Jadi, semua variabel yang digunakan untuk penelitian ini sudah reliabel.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini dalam menentukan jumlah responden (sampel) menggunakan rumus Machin dan Chambell yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 112 responden. Pandapat dari Agung (2012:41) dengan menggunakan teknik sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan syarat telah menggunakan jasa villa minimal 2 kali sehingga dapat disebut sebagai pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengujian Asumsi Klasik hasil uji Multikolinieritas didapatkan hasil Nilai *Tolerance* Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan 0.693 yang berarti keseluruhan nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Cara lainnya dilihat dari nilai VIF Keramahtamahan (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) adalah 1,443 yang berarti nilai VIF < 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Pada Uji heterokedastisitas dihasilkan diagram tampilan pada scatterplot telah menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada Uji Normalitas dihasilkan gambar *normal probability plot* yang mana data pada penelitian ini berada diarea garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu Keramahtamahan (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Berikut adalah persamaan regresi yang dihasilkan dari perhitungan:

$$Y = 0,113 + X_1 0,383 + X_2 0,230$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,333 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Keramahtamahan).
2. Apabila Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,230.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa apabila Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini berguna untuk menjelaskan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (Keramahtamahan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2)) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Korelasi Berganda	Koefisien Determinasi R^2
Y	X_1 dan X_2	0,742	0,551

Dari hasil pada Tabel 1 didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,551. Artinya bahwa 55,1% Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi Keramahtamahan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2). Maka 44,9% Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang berbeda dari variabel penelitian ini.

koefisien korelasi menerangkan besarnya hubungan antara Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Hasil dari nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.742, jadi nilai korelasi ini menunjukkan memiliki hubungan dalam kategori kuat karena hasil nilai R berada pada selang 0,6 – 0,8. Sehingga hubungan yang terjadi antara Keramahtamahan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan bersifat positif, berarti apabila variabel bebas ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Uji F

Pengujian F berguna untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi memiliki pengaruh signifikan atau tidak. Apabila nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

Tabel 2. Hasil Uji F/Serempak

Variabel Terikat	Variabel Bebas	F Hitung	Sig. F	Keterangan
Y	X_1 dan X_2	66,780	0,000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 2 nilai F hitung sebesar 66,780 dan pada nilai signifikan F (0,000) yang

berarti Sig. F $0,000 < \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Dapat dikatakan bahwa Keramahtamahan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama pada variabel Kepuasan Pelanggan.

Uji T

Pengujian T berfungsi untuk mengetahui apakah variabel terikat dipengaruhi oleh masing-masing variabel bebas. Jika nilai Signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak, berarti variabel independen yaitu X yang diuji secara nyata berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Y. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t / Parsial

Variabel	T Hitung	Sig. t	Keterangan
X_1	4,078	0,000	Signifikan
X_2	6,745	0,000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh hasil sebagai berikut :

1. t test antara X_1 (Keramahtamahan) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t hitung = 4,078 dan pada nilai signifikan t sebesar 0,000 yang menghasilkan nilai sig t $(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Keramahtamahan) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Berarti dapat disimpulkan bahwa Keramahtamahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jadi apabila Keramahtamahan ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat.
2. t test antara X_2 (Kualitas Pelayanan) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t hitung = 6,745 dan pada nilai signifikan t sebesar 0,000 yang menghasilkan nilai sig t $(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Kualitas Pelayanan) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Berarti dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Pelayanan. Jadi apabila meningkatkan Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Pembahasan

Pengaruh Keramahtamahan (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan merupakan tujuan dari adanya kegiatan memberikan pelayanan, yang diinginkan pelanggan juga ingin merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan,

akan tetapi pada intinya Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan lah yang memberikan dampak yang besar bagi rasa puas yang di rasakan pelanggan, seperti pada hasil pengujian terhadap hipotesis, penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikansi Faktor External terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel Keramahtamahan (X_1), dan Kualitas Pelayanan (X_2), berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam hal ini berarti faktor Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan harus lebih ditingkatkan oleh manajemen dari Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang, karena faktor tersebut dapat memberikan dampak yang signifikan untuk rasa puas yang dirasakan pelanggan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manullang (2008), dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan” dengan hasil bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Widyasari (2006) dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Graha Santika Semarang” juga sejalan dengan penelitian ini karena pelayanan yang merupakan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki dampak positif bagi (Y) Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Keramahtamahan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pelanggan pastinya menginginkan sambutan dan pelayanan yang ramah tamah disetiap mereka menggunakan jasa Villa, oleh sebab itu keramahtamahan menjadi faktor penting untuk setiap usaha yang bergerak pada industri penyedia jasa seperti Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang perlu memperhatikan faktor keramahtamahan yang diberikan kepada pelanggannya seperti yang didapatkan pada hasil penelitian ini bahwa variabel Keramahtamahan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang berarti memperkuat bahwa faktor Keramahtamahan perlu diterapkan pada setiap interaksi dalam penyediaan pelayanan.

Penelitian ini dikuatkan dengan pengertian Keramahtamahan dari kamus besar bahasa Indonesia yang mendefinisikan sebagai sikap/perilaku ramah tamah yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Dan juga dari pendapat dari Mill (2000:32) yang

berbunyi keramahtamahan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan yang berupa perasaan disambut baik/ramah pada waktu menerima pelayanan atau pada waktu mengunjungi sebuah kawasan (Mill, 2000:32).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi, (2004:182) kualitas pelayanan dapat dinilai dari lima faktor yaitu *Tangibles*, atau bukti fisik yang berarti kemampuan perusahaan dalam menyajikan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Kemudian ada *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kemudian ada *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Kemudian ada *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Kemudian ada *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini sejalan dengan jurnal penelitian Manullang (2008), dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan”, Studi pada PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan”, yang menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi secara signifikan terhadap variabel bebasnya yaitu Kualitas Pelayanan.

Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang mempunyai peranan yang penting terhadap Kepuasan Pelanggan. Indikator pada Variabel ini adalah bukti fisik, Kehandalan, daya tanggap, Jaminan, dan Empati.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada pengujian F pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan variabel bebas menunjukkan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dengan variabel Kepuasan Pelanggan. Sehingga disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pada pengujian T, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas Keramahtamahan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara sendiri-sendiri atau parsial.
3. Pada hasil pengujian T juga dapat diketahui jika variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien beta dan nilai t hitung yang paling besar dari variabel keramahtamahan. Sehingga dapat diinterpretasikan jika variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang dominan dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

Saran

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan terlebih meningkatkan Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan, khususnya variabel Kualitas Pelayanan karena variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, diantaranya yaitu dengan cara selalu meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan cara berkomunikasi dengan pelanggan contohnya dengan berbicara langsung dengan cara sopan, menanggapi keluhan dengan baik agar kedepannya tidak terjadi lagi, ataupun dengan menggunakan kotak atau nomor/*E-mail* sebagai wadah pelanggan menyampaikan kritik dan sarannya, dan dengan tetap menyertakan keramahtamahan pada setiap interaksi langsung maupun tidak langsung kepada Pelanggan dan wisatawan sehingga nilai Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan diharapkan dengan penelitian ini perusahaan mengadakan pelatihan yang berkaitan dengan faktor Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan karena dengan pelatihan ini dapat meningkatkan kompetensi pegawai dalam memberikan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A.A.P. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.
- Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. (2008). *Marketing Manajemen*, Ed13. Jilid 2. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, MM. Jakarta: PT Indeks.
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mill, R.C. 2000. "Tourism The Internasional Business". Edisi. 1, Cetak. 1. Diterjemahkan oleh Tri Budi Sastrio. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Parasuraman, A and V.A. Zeithaml 2001. *Delivering Quality Service*. Diterjemahkan oleh Sutanto. New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga)*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, H. dan P.S. Akbar, 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widi, R.K. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.