

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA DAN SARANA  
PRASARANA TERHADAP PENINGKATAN HUNIAN  
KAMAR HOTEL GRAND KANAYA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**MUHAMMAD SULIZTYANTO  
NPM : 13 832 0206**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
M E D A N  
2 0 1 6**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA DAN SARANA  
PRASARANA TERHADAP PENINGKATAN HUNIAN  
KAMAR HOTEL GRAND KANAYA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :**

**MUHAMMAD SULIZTYANTO**

**NPM : 13 832 0206**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2016**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)21/7/23

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Sarana Prasarana Terhadap Peningkatan Hunian Kamar Hotel Grand Kanaya Medan

Nama Mahasiswa : MUHAMMAD SULIZTYANTO


No. Stambuk : 13 832 0206


Program : Manajemen

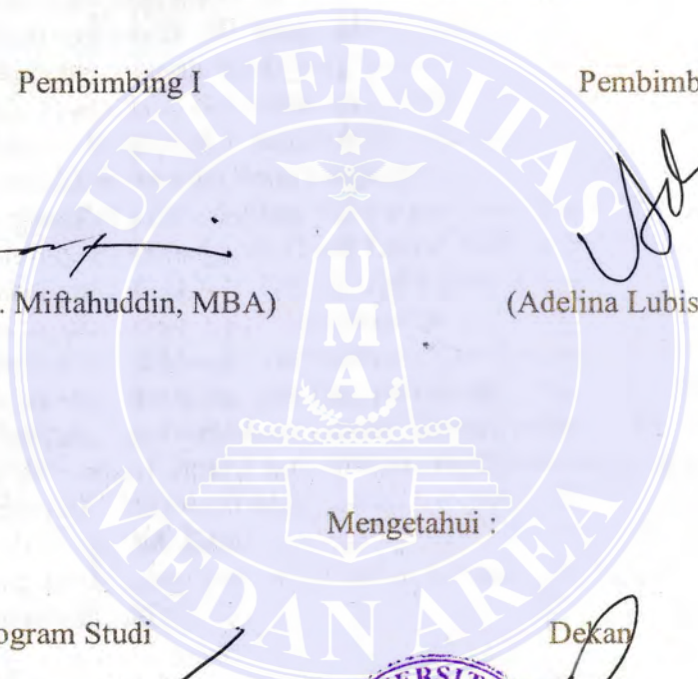
Menyetujui :  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

  
(Drs. Miftahuddin, MBA)

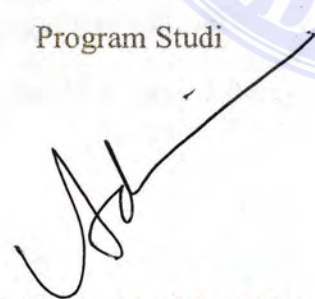
  
(Adelina Lubis, SE.,M.Si)



Mengetahui :

Program Studi

Dekan

  
(Adelina Lubis, SE.,M.Si)



  
(Dr. Insan Effendi, SE.,M.Si)

UNIVERSITAS MEDAN AREA Tanggal Lulus : 2016



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan. Hasil penelitian ini selain bermanfaat sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis juga bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan atau sumbangan pemikiran dalam menentukan kebijaksanaannya guna kemajuan perusahaan

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Yang menjadi objek penelitian adalah Hotel Grand Kanaya Medan dan dilakukan dari bulan Juni 2016 sampai dengan bulan September 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan Tahun 2015 sebanyak 34.643 tamu dan sampel penelitian sebanyak 87 responden pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah melalui Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*), sedangkan analisis data dilakukan dengan mempergunakan analisis regresi linier berganda.

Dari hasil analisis disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Kanaya Medan terlihat dari nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $6,413 > 1,987$  (nilai  $t$  tabel untuk  $N= 87$  adalah  $1,987$ ), sedangkan sarana prasarana tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Kanaya Medan terlihat dari nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,901 < 1,987$ . Namun secara simultan kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana berpengaruh terhadap peningkatan hunian kamar pada Hotel Grand Kanaya Medan terlihat dari nilai  $F$  hitung adalah sebesar  $23,900$ , sedangkan nilai  $F$ -tabel untuk  $n = 87$  dengan 2 variabel bebas adalah sebesar  $3,10$  ( $23,90 > 3,10$ ). Sebagai saran adalah Hotel Grand Kanaya Medan harus cepat dalam merespon dalam setiap komplain dan keluhan dari setiap tamu sehubungan dengan pelayanan dan sarana prasarana yang ada

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Sarana Prasarana, Tingkat Hunian Kamar.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karuniaNya yang telah diberikan penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Sarana Prasarana Terhadap Peningkatan Hunian Kamar Hotel Grand Kanaya Medan”** sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

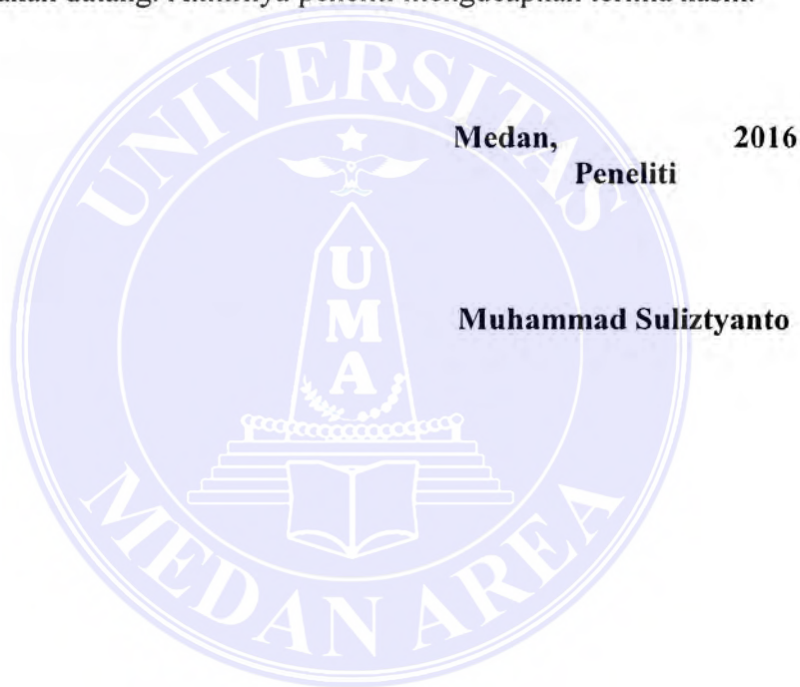
Selama dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak dan sebagai rasa syukur penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Drs. H. Miftahuddin, MBA selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Adelina Lubis, SE, MSi selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pimpinan dan segenap karyawan Hotel Grand Kanaya Medan yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan memberikan data yang diperlukan

sehubungan dengan penelitian dan penyusunan skripsi ini.

7. Teman – teman kuliah Program Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang begitu banyak membantu peneliti dan yang tidak mungkin namanya disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang. Akhirnya peneliti mengucapkan terima kasih.





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Teori-teori .....	5
1. Hotel .....	5
a. Pengertian Hotel .....	5
b. Klasifikasi Hotel .....	6
2. Kualitas Pelayanan Jasa .....	7
a. Kualitas Jasa .....	7
b. Kualitas Pelayanan Jasa .....	9
c. Indikator Kualitas Pelayanan Jasa .....	13

3.	Sarana dan Prasarana .....	14
a.	Pengertian Sarana Prasarana .....	14
b.	Indikator Sarana Prasarana .....	17
4.	Tingkat Hunian Hotel .....	21
a.	Pengertian Tingkat Hunian Kamar .....	21
b.	Indikator Tingkat Hunian Kamar .....	21
B.	Peneliti Terdahulu .....	24
C.	Kerangka Konseptual .....	24
D.	Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
A.	Jenis Penelitian .....	27
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
C.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
D.	Jenis dan Sumber Data .....	29
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	30
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
G.	Uji Asumsi Klasik .....	32
H.	Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Hasil Penelitian .....	35
1.	Sejarah Singkat Hotel Grand Kanaya Medan .....	35
2.	Visi dan Misi Hotel .....	37
3.	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan .....	38



4. Karakteristik Penelitian .....	44
5. Analisa Variabel Bebas – Kualitas Pelayanan Jasa (X1) ...	46
6. Analisa Variabel Bebas – Sarana Prasarana (X2) .....	48
7. Analisa Variabel Terikat – Tingkat Hunian Kamar (Y) .....	49
8. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
9. Pengujian Asumsi Klasik .....	54
10. Hasil Uji Regresi .....	57
11. Pengujian Hipotesis .....	59
12. Analisis Korelasi Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>62</b>
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Hunian Kamar .....	63
2. Pengaruh Sarana Prasarana Terhadap Tingkat Hunian Kamar .....	63
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
Tabel 2-1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3-1	Rencana Waktu Penelitian.....	27
Tabel 4-1	Tipe Kamar di Hotel Grand Kanaya Medan.....	36
Tabel 4-2	Penjualan Kamar Hotel Grand Kanaya Medan .....	37
Tabel 4-3	Karakteristik Berdasarkan Umur Responden.....	44
Tabel 4-4	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4-5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	45
Tabel 4-6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4-7	Rangkuman Jawaban Responden – Variabel Bebas (X1) .....	47
Tabel 4-8	Rangkuman Jawaban Responden – Variabel Bebas (X2) .....	48
Tabel 4-9	Rangkuman Jawaban Responden – Variabel Terikat (Y) .....	50
Tabel 4-10	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Jasa .....	51
Tabel 4-11	Uji Validitas Variabel Sarana Prasarana .....	52
Tabel 4-12	Uji Validitas Variabel Tingkat Hunian Kamar.....	52
Tabel 4-13	Uji Reliabilitas – Variabel Bebas (X1).....	53
Tabel 4-14	Uji Reliabilitas – Variabel Bebas (X2).....	53
Tabel 4-15	Uji Reliabilitas – Variabel Terikat (Y) .....	53
Tabel 4-16	Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4-17	Model Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4-18	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	60

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

Tabel 4-19 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	61
Tabel 4-20 Hasil Uji Determinasi .....	62





## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
Gambar 2-1	Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Hotel merupakan salah satu industri sektor jasa kepariwisataan, keberadaan hotel semakin penting untuk masyarakat, karena hotel menyediakan sarana dan akomodasi dan pelayanan bagi pelanggannya. Jasa-jasa yang dapat ditawarkan dalam bidang perhotelan, diantaranya fasilitas penyediaan/penyewaan kamar, fasilitas penyediaan ruang konferensi dan sebagainya. Pada dasarnya, jasa pelayanan hotel sudah dinikmati pada saat melakukan registrasi, ketika menginap di kamar, makan dan minum di restoran, atau ketika tamu tersebut mengikuti acara semibar, rapat dan kegiatan lainnya.

Perusahaan jasa perhotelan dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang disampaikan telah memenuhi atau melebihi dari yang diharapkan oleh pelanggannya. Oleh karena itu perusahaan jasa perhotelan harus berusaha menanggapi keinginan dari para pelanggannya dan dapat meningkatkan kualitas jasanya, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggannya, dengan cara membandingkan jasa yang mereka terima dengan jasa yang mereka harapkan.

Didalam usaha perhotelan tingkat hunian kamar menjadi tolak ukur dalam menunjukkan keberhasilan, semakin tinggi tingkat hunian kamar, maka hotel tersebut dikatakan berhasil, dan sebaliknya semakin rendah tingkat

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

hunian kamar maka hotel tersebut dapat dikatakan kurang berhasil. Maka dalam menghadapi persaingan pelaksanaan pelayanan dan fasilitas (sarana prasarana) mempunyai peranan yang sangat penting.

Hotel merupakan jenis usaha yang bergerak di bidang jasa terutama memberikan jasa penyewaan kamar. Grand Kanaya Medan merupakan salah satu hotel yang berada di Kota Medan. Grand Kanaya Medan sering dipakai sebagai tempat untuk menginap dan transit untuk para pengunjung yang akan datang ke tempat-tempat wisata yang beraneka ragam budaya dan adat yang berada dekat dengan kota Medan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal dengan melakukan tanya jawab langsung kepada beberapa orang pengunjung yang berada di Grand Kanaya Medan, 8 (lima) orang pengunjung diantaranya sudah pernah menginap di Grand Kanaya Medan. Mereka memilih kembali Grand Kanaya Medan dikarenakan harga yang relatif murah dan fasilitas yang cukup memuaskan bagi para pengunjung, sedangkan sisanya yang 2 (dua) orang lainnya memiliki alasan yang bermacam-macam. Kebanyakan dari mereka, mereka baru mengenal hotel tersebut.

Untuk mengetahui lebih dalam penulis tertarik untuk menganalisa terhadap Pelaksanaan Program Bauran Pemasaran yang dilakukan oleh Grand Kanaya MedanTasikmalaya, ketertarikan tersebut penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Sarana Prasarana Terhadap Peningkatan Hunian Kamar Hotel Grand Kanaya Medan”**.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan?
2. Apakah sarana prasarana berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan?
3. Apakah kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan jasa terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial sarana prasarana terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

### 1. Bagi Peneliti.

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan penambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana terhadap peningkatan hunian kamar hotel.

### 2. Bagi Perusahaan.

Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian sebagai bahan pertimbangan atau sumbangan pemikiran dalam menentukan kebijaksanaannya guna kemajuan perusahaan.

### 3. Bagi Akademisi.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi untuk penyusunan penelitian yang selanjutnya pada waktu yang akan datang khususnya yang membahas topik yang sama.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Uraian Teoritis

##### 1. Hotel

###### a. Pengertian Hotel

Secara harfiah, kata Hotel dulunya berasal dari kata Hospitium (bahasa Latin), artinya ruang tamu. Dalam jangka waktu lama kata hospitium mengalami proses perubahan pengertian dan untuk membedakan antara *Guest House* dengan *Mansion House* (rumah besar) yang berkembang pada saat itu, maka rumah-rumah besar disebut dengan Hostel. Rumah-rumah besar atau *hostel* ini disewakan kepada masyarakat umum untuk menginap dan beristirahat sementara waktu, yang selamaminginap para penginap dikoordinir oleh seorang host, dan semua tamu-tamu yang (selama) menginap harus tunduk kepada peraturan yang dibuat atau ditentukan oleh *host* (*Host Hotel*).

Sesuai dengan perkembangan dan tuntutan orang-orang yang ingin mendapatkan kepuasan, tidak suka dengan aturan atau peraturan yang terlalu banyak sebagaimana dalam hostel, dan kata hostel lambat laun mengalami perubahan. Huruf “s” pada kata hostel tersebut menghilang atau dihilangkan orang, sehingga kemudian kata hostel berubah menjadi Hotel seperti apa yang kita kenal sekarang.



Menurut Sihite (2000:44) : “Pengertian hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas penginapan, makan, minum, dan jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal sementara waktu dan dikelola secara komersil”.

## b. Klasifikasi Hotel

Kriteria klasifikasi hotel di Indonesia secara resmi dikeluarkan oleh peraturan pemerintah dan menurut Dirjen Pariwisata dengan SK: Kep-22/U/VI/78. Untuk mengklasifikasikan sebuah hotel, dapat ditinjau dari beberapa faktor yang satu sama lainnya ada kaitannya. Faktor-faktor tersebut adalah:

### 1) Klasifikasi hotel berdasarkan letak lokasinya:

#### a). *City Hotel*

Adalah hotel yang terletak didalam kota, dimana sebagian besar tamunya yang menginap melakukan kegiatan bisnis.

#### b). *Resort Hotel*

Adalah hotel yang terletak di kawasan wisata, dimana sebagian besar tamu yang menginap tidak melakukan kegiatan usaha.

Macam-macam hotel resort, antara lain:

- *Mountain hotel* (hotel yang berada di pegunungan).
- *Beach hotel* (berada di pinggir pantai).
- *Lake hotel* (berada di pinggir danau).
- *Hill hotel* (berada di puncak bukit).

- *Forest hotel* (berada di kawasan hutan lindung).
- c) *Suburb Hotel*. Adalah hotel yang lokasinya di pinggiran kota, yang merupakan kota satelit yakni pertemuan antara dua kotamadya.
- d) *Urban Hotel*. Adalah hotel yang berlokasi di pedesaan dan jauh dari kota besar.
- e) *Airport Hotel*. Adalah hotel yang berada dalam satu kompleks bangunan atau area pelabuhan udara atau disekitar bandara udara.
- 2) Klasifikasi hotel berdasarkan pada kriteria jenis tamu
- Jenis-jenis tamu yang menginap maksudnya adalah darimana asal-usul tamu menginap dengan latar belakangnya. Dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
- a) *Family Hotel*. Tamu yang menginap bersama keluarganya.
- b) *Business Hotel*. Tamu yang menginap para usahawan.
- c) *Tourist Hotel*. Tamu yang menginap kebanyakan para wisatawan, baik domestik maupun luar negeri.
- d) *Cure Hotel*. Tamu yang menginap dalam proses pengobatan atau penyembuhan dari suatu penyakit.

## 2. Kualitas Pelayanan Jasa

### a. Kualitas Jasa

Kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan suatu produk atau layanan yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan kualitas yang ditetapkan. Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Lovelock dan Wright (2005 : 96) yang dialihbahasakan oleh Agus Widyantoro mendefinisikan kualitas jasa sebagai : “Evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan”.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Kotler dan Keller (2007:55) yang dialihbahasakan Benyamin Molan, membentuk : “Model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan”. Model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan atau gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu :

1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh pelanggannya. Akibatnya, manajemen tidak mengetahui bagaimana produk jasa seharusnya didesain dan jasa-jasa pendukung apa saja yang diinginkan konsumen.

2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa.

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standar kinerja yang jelas. Hal ini dapat terjadi karena tiga faktor, yaitu tidak



adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kurangnya sumber daya, atau karena kelebihan permintaan.

3) Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyerahan jasa.

Ada beberapa penyebab terjadinya kesenjangan ini, misalnya karyawan yang kurang terlatih, beban kerja yang melampaui batas, ataupun ketidakmampuan memenuhi standar kinerja yang telah ditetapkan.

4) Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal.

Seringkali tingkat kepentingan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi oleh perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi akan menyebabkan terjadinya persepsi negatif terhadap kualitas jasa perusahaan.

5) Kesenjangan antara persepsi jasa dengan jasa yang diharapkan.

Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berbeda. Atau apabila pelanggan keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

## **b. Kualitas Pelayanan Jasa**

Menurut Tjiptono (2006:51) : “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Terdapat 5 macam

perspektif kualitas yaitu:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

- 1) *Transcendental approach*. Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.
- 2) *Product-based approach*. Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.
- 3) *User-based approach*. Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.
- 4) *Manufacturing-based approach*. Kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.
- 5) *Value-based approach*. Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Menurut Usmara (2003) menyatakan bahwa : “Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil)”.



Menurut Tjiptono (2006:59) : “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan”.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Lovelock dan Evert Gummesson di dalam Lovelock, et, al. (2011:15) berpendapat bahwa “Jasa (Services) adalah suatu bentuk sewa-menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen”.

Hal yang dihargai oleh konsumen dan mereka berkenan membayar untuk



mendapatkannya adalah berbagai pengalaman yang diinginkan (*desired experience*) dan solusi.

Menurut Lovelock, *et. al* (2011:16) : “Jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain”. Sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (*time-based*), dalam bentuk suatu kegiatan (*performances*) yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, objek, maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli. Sebagai pertukaran dari uang, waktu, dan upaya, pelanggan jasa berharap akan mendapatkan nilai (*value*) dari suatu akses ke barang-barang, tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan sistem tertentu, tetapi para pelanggan biasanya tidak akan mendapatkan hak milik dari unsur-unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa tersebut.

Menurut Lovelock, *et. al.* (2011:49) menyatakan bahwa ekspektasi terhadap pelayanan dibentuk dalam proses pencarian dan pengambilan keputusan, dan hal ini sangat dipengaruhi oleh pencarian informasi dan pengevaluasian atribut-atribut produk. Jika sebelumnya anda tidak memiliki pengalaman yang relevan, Anda mungkin akan memiliki ekspektasi sebelum membeli yang mengacu dari komentar mulut ke mulut (*word of mouth*), berbagai cerita dalam berbagai berita, atau kegiatan pemasaran yang dilakukan sendiri oleh perusahaan.

### c. Indikator Kualitas Pelayanan Jasa

Zeithaml, dkk (2006) menjelaskan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu : “*expected service* dan *perceived service*” Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Sepuluh kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa yaitu: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *competence* (kemampuan), *access* (mudah diperoleh), *courtesy* (keramahan), *communication* (komunikasi), *credibility* (dapat dipercaya), *security* (keamanan), *understanding* (memahami pelanggan) dan *tangibles* (bukti nyata yang kasat mata). Kesepuluh dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi seperti yang termuat dalam Kotler dan Keller (2007:56) :

- 1) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan cepat.



- 2) *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan meyakinkan.
- 3) *Empathy* (empati) yaitu kesediaan perusahaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
- 4) *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk dapat dipercaya oleh pelanggan.
- 5) *Tangibles* (produk-produk fisik) meliputi penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa.

### 3. Sarana dan Prasarana

#### a. Pengertian Sarana Prasarana

Menurut Yoeti (2000:20), dijelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar adalah harga dan persaingan sangat mempengaruhi penjualan kamar. Selain itu lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar dan promosi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar.

Sarana prasarana hotel adalah fasilitas fisik yang ada ada sebelum

suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan

UNIVERSITAS MEDAN AREA



penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta keberihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjual dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh hotel, pada dasarnya fasilitas ini merupakan faktor yang menenukan pilihan orang untuk tinggal atau menginap disuatu hotel tertentu.

Menurut Tjiptono (2007:29) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu:

- 1) Pertimbangan atau perencanaan parsial  
Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respons intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
- 2) Perancang ruang  
Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. Seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.
- 3) Perlengkapan atau perabotan  
Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

#### 4) Tata cahaya

Yang diperlukan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

#### 5) Warna

Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

#### 6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu. Fasilitas-fasilitas dalam dalam suatu hotel adalah kamar tidur dengan segala perlengkapannya, restoran/caffe dengan pendukungnya, fasilitas tambahan (fasilitas olahraga dan hiburan), dan lain-lain.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono,2002:44). Fasilitas adalah segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh karyawan baik dalam hubungan langsung dengan pekerjaan maupun kelancaran pekerjaan. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik. Dimiyanti (2002:72), berpendapat fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen dan penggunaannya tidak selalu harus dibayar.

Menurut Sumayang (2003:124) menjelaskan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitas-aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.



Fasilitas adalah suatu tindakan menyeimbangkan konstan antara tekanan bersaing waktu, biaya, dan kualitas. Adapun beberapa hal dalam fasilitas jasa yang perlu diperhatikan, antara lain: kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan, kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan, kelengkapan alat yang digunakan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan, ditempati serta dinikmati oleh tamu yang menginap ataupun yang tidak menginap selama berada di dalam hotel, sehingga tamu yang datang di hotel tersebut merasa nyaman.

Setidaknya terdapat enam unsur yang harus dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas yaitu:

- 1) Perencanaan spasial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
- 2) Perencanaan ruangan. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain.
- 3) Perlengkapan atau perabotan. Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.



- 4) Tata cahaya. Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.
- 5) Warna. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
- 6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Aspek-aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

#### **b. Indikator Sarana Prasarana**

Seperti telah diindikasikan sebelumnya bahwa sarana prasarana merupakan fasilitas pelayanan fisik yang mendukung pelayanan non fisik, macam-macam fasilitas adalah: fasilitas fisik, berupa : kamar tidur, tempat duduk, meja, tempat makan, tempat karaoke, tempat ibadah, tempat olahraga, dan toilet. Fasilitas non fisik, berupa : udara yang bersih, musik.

Adapun standar fasilitas fisik yang dimaksud adalah suatu fasilitas standar yang pasti dimiliki baik oleh hotel besar maupun hotel kecil.

Indikator dari sarana prasarana tersebut adalah sebagai berikut :

#### **UNIVERSITAS MEDAN AREA**

### 1) Areal parkir

Adanya tempat parkir di lingkungan hotel membuat tamu merasa nyaman menginap di hotel tersebut.

### 2) Lobby

Tempat menunggu bagi para tamu dalam menerima layanan dari resepsionis ataupun petugas hotel yang lain serta tempat bertemunya para tamu dengan rekan bisnisnya sebelum mengadakan pembicaraan secara lanjut.

### 3) Kamar

Sarana utama bagi dunia perhotelan, di dalam kamar biasanya dilengkapi dengan :

- a) Private bathroom, kamar mandi
- b) Bed, tempat tidur
- c) Wardrobe, lemari pakaian
- d) Body mirror, cermin
- e) AC atau fan, tergantung besar kecilnya
- f) Lampu penerangan yang cukup
- g) Meja dan Kursi

Menurut jumlah kamar yang tersedia, hotel dibagi menjadi :

- 1) Hotel kecil, yaitu hotel yang memiliki jumlah kamar paling banyak 25 buah kamar.
- 2) Hotel menengah, yaitu hotel yang memiliki jumlah kamar antara 25 sampai 100 buah kamar.

- 3) Hotel sedang, yaitu hotel yang memiliki jumlah kamar antara 50 sampai 300 buah kamar.
- 4) Hotel besar, yaitu hotel yang memiliki jumlah kamar diatas 300 buah kamar.

Berdasarkan SK MEN HUB No. PM10/PW/301/Phb.77 penggolongan hotel di Indonesia di dasarkan pada jumlah kamar, fasilitas, peralatan yang tersedia dan mutu pelayanan yang diberikan. Dikarenakan penilaian tersebut hotel yang ada di Indonesia digolongkan ke dalam lima kelas hotel, yaitu: hotel bintang 1, hotel bintang 2, hotel bintang 3, hotel bintang 4, hotel bintang 5.

Hotel dengan fasilitas mewah, peralatan yang dimiliki lengkap dan jumlah kamar yang banyak serta memuaskan para tamu biasanya dinyatakan dalam golongan kelas tinggi yang dinyatakan dengan tanda bintang 5 dan hotel-hotel yang golongan kelas terendah dinyatakan dengan tanda bintang 1, serta hotel yang tidak memenuhi standar minimum yang ditentukan disebut hotel non bintang atau hotel melati. Dari uraian diatas yang termasuk indikator fasilitas hotel adalah kamar tidur, restoran dan sarana olahraga, ruang tunggu, kedai kopi, musholla, area parkir luas, fasilitas kesehatan 24 jam.



## 5. Tingkat Hunian Hotel

### a. Pengertian Tingkat Hunian Kamar

Tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia untuk terjual. Tingkat hunian kamar merupakan tolok ukur keberhasilan dari sebuah hotel. Bahwa dengan tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Maka dari itu semua hotel selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah hunian kamarnya.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar menurut Oka.A Yoeti (2003: 55) menuliskan bahwa : “Harga atau tarif sewa kamar, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar”.

### b. Indikator Tingkat Hunian Kamar

Menurut Suarthana (2006: 5) : “Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain adalah lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar atau tarif sewa kamar, dan promosi”.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan atau dalam penelitian ini adalah peningkatan jumlah hunian kamar menurut Philip Kotler (2005: 55) antara lain adalah:

- 1) Harga jual  
Faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen.
- 2) Produk  
Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.
- 3) Biaya promosi  
Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.
- 4) Saluran Distribusi  
Merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang diujinya.
- 5) Mutu  
Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk lain.

Pernyataan-pernyataan diatas mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan dari volume penjualan atau peningkatan jumlah hunian kamar hotel. Maka dapat disimpulkan bahwa tarif sewa kamar atau harga kamar dan biaya promosi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat hunian kamar.

Produk utama dari sebuah hotel adalah jasa penyewaan kamar. Kodya memberikan definisi tentang tingkat hunian kamar yang berarti : “Tingkat kepadatan hotel yang dinyatakan dalam presentase” (Kodya, 2000:45).

Menurut Damardjati (2001:30) : “Tingkat hunian adalah presentase

dan kamar-kamar hotel yang bisa terisi atau disewakan kepada tamu



dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang dapat disewakan diperhitungkan dalam jangka waktu tertentu, misalnya perbulan, pertahun dan sebagainya”.

Tingkat hunian kamar yang tinggi dari sebuah hotel akan memberikan keuntungan dan penghasilan yang tinggi bagi hotel tersebut. Hal ini dikarenakan kamar sebagai produk utama yang memberikan *profit margin* yang paling tinggi dibandingkan dengan produk-produk hotel lainnya seperti *laundry*, bar, restoran, *room service* dan sebagainya. Pada dasarnya suatu industri wisata yang bergerak di bidang bisnis khususnya hotel terdapat istilah yang disebut dengan *room occupancy* yang berarti tingkat hunian kamar pada suatu hotel. Tingkat hunian kamar yang dinyatakan dalam presentase dari perbandingan kamar yang telah dijual karena terkadang terdapat kamar pada hotel yang memiliki status *out of order* atau kamar yang sedang dalam perbaikan ataupun karena alasan lainnya.

Dari definisi yang telah diuraikan tersebut maka dapat dijabarkan lebih lanjut bahwa tingkat hunian kamar adalah jumlah seluruh kamar yang terjual atau disewakan kepada tamu atau langganan dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar hotel yang tersedia dalam satu periode atau dalam jangka waktu tertentu baik dalam jangka waktu satu hari, satu minggu, satu bulan ataupun satu tahun yang dinyatakan dalam presentase.



## B. Peneliti Terdahulu

**Tabel 2-1**  
**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Widyarini, dkk. (2014)	Variabel yang mempengaruhi keputusan pemilihan hotel syariah	Persepsi tamu hotel terhadap produ tariff dan proses tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu hotel menginap. Sedangkan iklan, lokasi, pelayanan, dan sarana fisik berpengaruh terhadap keputusan tamu hotel menginap
2	Yanuar Pristanto, dkk (2012)	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Pada Hotel Bintang Mulia	Promosi, fasilitas, lokasi dan harga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Bintang Mulia

## C. Kerangka Konseptual

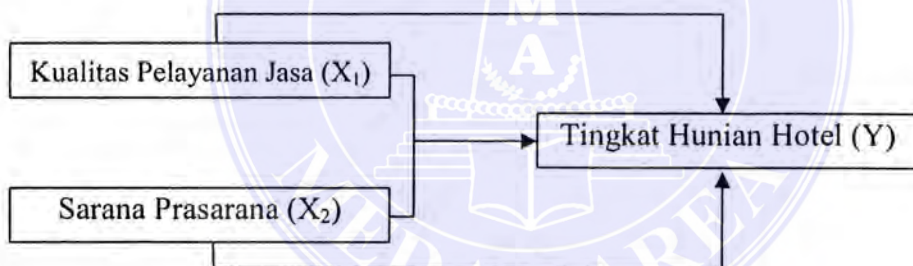
Lovelock dan Wright (2005 : 96) yang dialihbahasakan oleh Agus Widyantoro mendefinisikan kualitas jasa sebagai : “Evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan”. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.

Sarana prasarana hotel adalah fasilitas fisik yang ada ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan hotel dan menjadi pelanggan

pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjual dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

Menurut Damardjati (2001:30) : “Tingkat hunian adalah presentase dari kamar-kamar hotel yang bisa terisi atau disewakan kepada tamu dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang dapat disewakan diperhitungkan dalam jangka waktu tertentu, misalnya perbulan, pertahun dan sebagainya”. Semakin tinggi persentase tingkat hunian kamar suatu hotel menunjukkan hasil yang baik bagi pendapatan dan keuntungan yang diperoleh hotel tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti membuat suatu konsep yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini yang ditunjukkan melalui gambar berikut :



**Gambar 2-1**  
**Kerangka Konseptual**

#### D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1.  $H_0$  : Kualitas pelayanan jasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya

2.  $H_0$  : Sarana prasarana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan.
3.  $H_0$  : Kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan hunian kamar Hotel Grand Kanaya Medan.





## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berkaitan dengan angka, uji statistik yang disesuaikan dengan rumusan atau identifikasi yang diteliti.

##### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Grand Kanaya Medan yang beralamat di Jalan Darussalam No. 12 Medan Petisah Kota Medan Sumatera Utara 20119.

##### 3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan empat bulan dimulai dari bulan Juni 2016 sampai dengan bulan September 2016. Untuk lebih jelasnya disajikan tabel waktu penelitian pada tabel berikut ini :

**Tabel 3-1**  
**Rencana Waktu Penelitian**

No	Keterangan	2016															
		Jun 2016				Jul 2016				Agt 2016				Sep 2016			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pra Riset	■	■														
2	Pengajuan Judul		■	■													
3	Pembuatan dan Bimbingan Proposal			■	■	■	■	■	■								
4	Seminar Proposal											■	■				
5	Pengumpulan Data											■	■	■	■		
6	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi													■	■	■	
7	Pengajuan Sidang dan Meja Hijau															■	■

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/7/23

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Populasi populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan Tahun 2015 sebanyak 34.643 tamu.

### 2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penarikan sampel insidental. Teknik sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{34.643}{1 + 34.643(0.05)^2}$$

$$n = \frac{34.643}{34.644 (0,0025)}$$

$$N = 86,61 \rightarrow \text{Pembulatan } 87$$

Ketereangan :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Berdasarkan hal tersebut ditetapkan sampel dalam penelitian sebanyak

87 responden pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampling accidental, karena siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang tersebut cocok sebagai sumber data.

## D. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data berdasarkan sifatnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### a. Data Kuantitatif.

Data yang berbentuk angka atau yang dapat dihitung. Data kuantitatif yang digunakan adalah hasil kuesioner dari responden yaitu pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan.

#### b. Data Kualitatif.

Data yang tidak dapat dihitung berupa kalimat, kata kata, gambar yang dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan responden yaitu pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan.

### 2. Sumber Data

Data diperoleh dari berbaragai sumber yang terdiri dari :

#### a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui objeknya. Dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner dan wawancara langsung dengan pengunjung Hotel Grand Kanaya Medan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23



## b. Data Sekunder

Data yang diperoleh berupa publikasi oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh melalui studi pustaka, internet, dan literatur.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan dalam penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui bahan bacaan meliputi literatur, buku, majalah dan lain yang relevan dan berhubungan dengan judul penelitian.

### 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan langsung ke lapangan dengan teknik yaitu:

a. Pengamatan (*Observation*). Mengadakan penelitian dengan mengamati langsung objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan.

b. Wawancara (*Interview*). Memperoleh data dan informasi yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung ke responden berupa keterangan-keterangan yang erat terkait masalah dalam penelitian.

c. Kuesioner (*Questionnaire*). Penyebaran daftar pertanyaan kepada responden dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner ditentukan yaitu:

- 1) Jawaban “Sangat Setuju” diberi nilai 5
- 2) Jawaban “Setuju” diberi nilai 4
- 3) Jawaban “Kurang Setuju” diberi nilai 3
- 4) Jawaban “Tidak Setuju” diberi 2
- 5) Jawaban “Sangat tidak setuju” diberi 1

## F Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS Ver. 18 dengan kriteria sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan *valid*

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak *valid*

### 2. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dengan menggunakan program SPSS Ver. 18 dengan kriteria sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan *reliable*

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan tidak *reliable*

## G. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi.

### 1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik normal *probability plot*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebaran plot akan berada di sekitar dan disepanjang garis  $45^\circ$ .

### 2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah menguji model regresi apakah adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari hasil pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari  $\alpha = 5\%$ , maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Tetapi jika Jika nilai signifikan hitung kurang dari  $\alpha = 5\%$ , maka ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.



## H. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel-variabel bebas ( $X$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ). Model regresi dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  : Tingkat hunian Kamar  
 $\beta_0$  : Konstanta  
 $\beta_1$  : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan Jasa  
 $\beta_2$  : Koefisien regresi Sarana Prasarana  
 $X_1$  : Kualitas Pelayanan Jasa  
 $X_2$  : Sarana Prasarana  
 $e$  : Error

### 2. Uji Goodness of Fit

Uji *goodness of fit* menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Uji *goodness of fit* terdiri dari uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-f).

#### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan 5% ( $\alpha = 0.05$ )

Kriteria pengujian :

$T_{Hitung} > T_{Tabel} = H_0$  ditolak

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

$$T_{\text{Hitung}} < T_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ diterima}$$

### b. Uji Simultan (Uji-f)

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan 5% ( $\alpha = 0.05$ )

Kriteria pengujian :

$$F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$F_{\text{Hitung}} < F_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ diterima}$$

### 3. Analisis Korelasi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel terikat.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Selanjutnya dari hasil penelitian dan pembahasan tersebut peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Kanaya Medan terlihat dari nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $6,413 > 1,987$  (nilai  $t$  tabel untuk  $N= 87$  adalah  $1,987$ ).
2. Sarana prasarana tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Kanaya Medan terlihat dari nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,901 < 1,987$ .
3. Kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan hunian kamar pada Hotel Grand Kanaya Medan terlihat dari nilai  $F$  hitung adalah sebesar  $23,900$ , sedangkan nilai  $F$ -tabel untuk  $n = 87$  dengan 2 variabel bebas adalah sebesar  $3,10$  ( $23,90 > 3,10$ ).

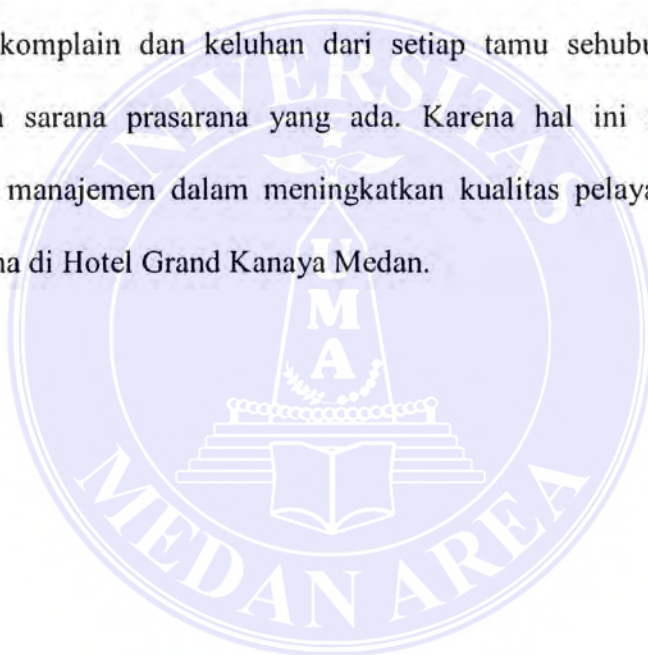
#### B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh peneliti mencoa memerikan saran sebagai berikut :

1. Hotel Grand Kanaya Medan harus mempertahankan kualitas pelayanan karena pelanggan atau tamu di Hotel Grand Kanaya Medan berpendapat bahwa kualitas pelayanan jasa yang diberikan di Hotel Grand Kanaya Medan sesuai



2. Hotel Grand Kanaya Medan perlu mengevaluasi sarana prasarana di Hotel Grand Kanaya tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar. Hal ini perlu dilakukan bagi pihak manajemen untuk memaksimalkan sarana prasarana yang ada sehingga dapat memiliki peranan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar. Sarana prasarana atau fasilitas yang perlu mendapatkan perhatian khusus saat ini adalah areal parkir Hotel Grand Kanaya Medan.
3. Pihak manajemen Hotel Grand Kanaya Medan harus cepat dalam merespon dalam setiap komplain dan keluhan dari setiap tamu sehubungan dengan pelayanan dan sarana prasarana yang ada. Karena hal ini akan menjadi masukan bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa dan sarana prasarana di Hotel Grand Kanaya Medan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P, 2007, **Dasar-dasar Pemasaran**, Edisi Revisi, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Damardjati, R.S., 2001, **Istilah-istilah Dunia Pariwisata**, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Dimyanti, As, 2002, **Pengetahuan Dasar Perhotelan**, Devire Sanan, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright, 2005, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Terjemahan Agus Widyantoro, PT. Indeks, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, 2011, **Pemasaran Jasa**, Terjemahan Agus Widyantoro, PT. Indeks, Jakarta.
- Oka.A Yoeti, 2003, **Manajemen Pemasaran Hotel**, Perca, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Revisi, Penerbit Prenhalindo, Jakarta.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2008, **Dasar-Dasar Pemasaran**, Edisi Revisi, Penerbit Prenhalindo, Jakarta.
- Philip Kotler dan Keller K Lane, 2007, **Manajemen Pemasaran**, Terjemahan Benyamin Molan, Edisi 12, Jilid I, PTR. Indeks, Jakarta,
- Rangkuti, 2006, **Riset Pemasaran**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sihite, Richard, 2000, **Hotel Management**, SIC, Surabaya.
- Suarthana, 2006, **Manajemen Perhotelan**, Edisi Kantor Depan, Penerbit Mapindo, Kuta Utara.
- Sugiyono, 2006, **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.
- Sumayang, Lalu, 2003, **Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi**, Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, 2006, **Manajemen Jasa**, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Andriana, 2008, **Pemasaran Strategik**, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Usmara A, 2003, **Strategi Baru Manajemen Pemasaran**, Cetakan Pertama, Amoro Book, Yogyakarta
- Zeithaml, Valarie, Mary Jo-Bitner dan Dwayne D Gremler, 2006, **Service Marketing**, Mc Graw-Hill International Edirion