

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Penginapan Pondok Musafir**

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Hal ini dikarenakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa lebih cenderung untuk melakukan kontak langsung dengan pelanggan daripada perusahaan manufaktur dan lainnya. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan sendiri merupakan implikasi dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Apabila pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan, maka hal ini akan baik bagi keberlangsungan perusahaan ke depannya.

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Di antaranya yaitu kualitas pelayanan yang diberikan, fasilitas dan harga yang ditawarkan, dan sebagainya. Di antara beberapa faktor tersebut, banyak yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor pertama yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan fasilitas dan harga merupakan faktor kesekian. Lantas, peneliti menguji hipotesis dan seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor (kualitas pelayanan dan fasilitas) terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada Uji T (T Test) yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,1$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,479 > 1,666$ ). Selain itu, berdasarkan pada data angket yang telah diolah, sebagian besar responden yang merupakan pengunjung Penginapan Pondok Musafir menyatakan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan peneliti tentang kualitas pelayanan yang diberikan

oleh pihak penginapan dengan prosentase sebesar 43,73%. Pernyataan yang diberikan oleh peneliti ini terdiri dari 5 indikator yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*) yang mana pada tiap indikator diwakili oleh 2 pernyataan. Pada indikator bukti fisik sebanyak 53,33% responden menyatakan sangat setuju, pada indikator kehandalan sebanyak 46,67%, indikator daya tanggap sebanyak 40,67%, indikator jaminan sebanyak 43,33% dan indikator perhatian sebanyak 34,67%.

Kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung penginapan dalam segi pelayanannya ini sebagian besar dipengaruhi oleh tersedianya area parkir yang luas bagi kendaraan beroda 2 maupun 4. Hal ini terbukti dengan tingginya angka indeks yang dimiliki oleh item yang menyatakan bahwa Penginapan Pondok Musafir memiliki area parkir yang luas. Sebelumnya, dari kelima indikator tersebut masing-masing diwakili oleh 2 item sehingga untuk variabel kualitas pelayanan diukur dengan 10 item pernyataan yang diajukan ke dalam angket yang disebar unruk responden. Kemudian, diikuti dengan item yang menyatakan bahwa fasilitas penginapan selalu terawat dan bersih serta pegawai penginapan yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada pengunjung. Sedangkan untuk nilai indeks yang paling rendah berada pada item yang menyatakan bahwa pegawai penginapan berpenampilan rapih dan sopan.

Selain itu, salah satu bentuk pelayanan yang mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung pada Penginapan Pondok Musafir adalah sikap ramah dan bersahabat dari setiap pegawainya. Dalam hal ini, pegawai senantiasa memberikan pelayanan yang ramah dan bersahabat, sehingga pengunjung merasa nyaman menginap di penginapan tersebut. Rasa nyaman dan aman mampu memberikan kepuasan bagi pengunjung dan betah untuk menginap di penginapan. Selain itu, penginapan juga memberikan pelayanan tambahan berupa "*one coffee one day*".

Hal ini sejalan dengan nilai-nilai Islami yang terkandung dalam pelayanan seperti yang diungkapkan oleh Didin Hafidudin sebelumnya, bahwa dalam pelayanan yang Islami harus memiliki nilai yang terdiri dari professional

(*fathanaah*), kesopanan dan keramahan (*tabligh*), jujur (*shidiq*), dan amanah. Dalam hal ini, pihak penginapan telah berusaha menerapkan nilai kesopanan dan keramahan serta jujur dan amanah. Terbukti dengan sikap ramah dan bersahabat yang diberikan oleh pihak penginapan kepada pengunjung agar tercipta rasa nyaman dan puas. Selain itu pegawai juga berusaha menyampaikan informasi dengan jujur dan dengan keadaan yang sebenarnya. Pegawai juga berusaha untuk menjaga kepercayaan pengunjung dan bertanggungjawab atas segala sikap dan perbuatan kepada pengunjung.

Rasa aman bagi pengunjung juga bisa didapat dari operasional penginapan yang mana tidak memperbolehkan bagi pengunjung yang berlainan jenis (kecuali *muhrim*-nya) untuk menginap pada satu kamar. Hal ini tentu memberikan rasa aman dan nyaman tersendiri bagi pengunjung, terutama pengunjung penginapan wanita dan muslim. Dengan sistem operasional yang demikian ini membuat pengunjung percaya, bahwa Penginapan Pondok Musafir jauh dari maksiat dan segala hal yang dilarang oleh syariat Islam. Manajemen penginapan juga senantiasa menjauhi apa yang haram dengan tidak menjual barang-barang terlarang dan menghindari zina. Penginapan hanya menyediakan jajanan/camilan ringan dan khas Tulungagung. Selain itu bagi pengunjung penginapan yang berlainan jenis namun merupakan *muhrim*-nya diperbolehkan untuk menginap dengan catatan harus menunjukkan bukti nikah seperti akta nikah.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kaihatu, Achmad Daengs dan Agoes Tinus yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis dimana kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam bisnis. Kaihatu menambahkan bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas). Kinerja inilah yang dibeli oleh pelanggan, sehingga kualitas kinerja suatu perusahaan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Selain itu, Jafar juga mengemukakan bahwa dalam suatu sistem jasa, penyedia jasa dan pelanggan sebagai pengguna jasa haruslah memiliki hubungan yang sangat

erat, dimana pelanggan merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya proses pelayanan.<sup>79</sup>

Parasuraman, Zaithaml, dan Berry menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan seperti semua tindakan, perlakuan atau cara melayani pelanggan harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan pelanggan. Tingginya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal. Zaithaml menambahkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Jika penilaian yang dihasilkan positif, maka kualitas layanan yang diberikan ini akan berdampak pada terjadinya loyalitas pelanggan.<sup>80</sup>

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Mutaqin<sup>81</sup>, Diandris Nurhandika Rahman<sup>82</sup> dan Asep Sukmo Raharjo<sup>83</sup> yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai yang positif yang artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tinggi, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan pun ikut tinggi. Hal ini tentunya didukung oleh kualitas Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh perusahaan. Jika pegawai mampu memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas pada pelanggan, maka pelanggan pun akan merasa puas.

---

<sup>79</sup> Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, Agoes Tinus Lis Indarto, *Manajemen Komplain*, (Yogyakarta: ANDI, 2015), hal. 40-41.

<sup>80</sup> *Ibid*, hal. 40.

<sup>81</sup> Ahmad Mutaqin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri .....*, hal. 57.

<sup>82</sup> Diandris Nurhandika Rahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Presepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2013), hal. 84.

<sup>83</sup> Asep Sukmo Raharjo, *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajahmungkur Semarang*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2009), hal. 39.

Seperti yang dikemukakan oleh Rio Budi Prasadja, dimana Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh perusahaan merupakan kunci utama dalam kelangsungan perusahaan. Dalam hal ini, yang dimaksudkan adalah perusahaan jasa, terutama pada perusahaan jasa yang bergerak di bidang perhotelan. Ia juga mengemukakan, bahwa seorang penerima tamu haruslah memiliki sifat yang fleksibel, *friendly*, dan suka bergaul dengan orang lain, terutama dengan pengunjung hotel. Menjadi seorang *hostess* (pelayan jasa) seperti sedang memainkan sebuah peran dalam sandiwara, dimana ia bertugas untuk memanjakan tamunya dengan sebaik mungkin. Ia harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada para tamu sekalipun ia sedang letih ataupun dalam masalah yang besar sekalipun.<sup>84</sup>

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Respati Mengayu Hapsari<sup>85</sup> yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel berpengaruh terhadap kepuasan para pengunjung hotel. Kepuasan ini didapat dari kecakapan dan ketanggapan para pegawainya dalam melayani para pengunjung hotel. Sikap yang ramah kepada para tamu juga berpengaruh terhadap rasa puas pengunjung, seperti senyum hangat yang merupakan wujud dari rasa empati mereka. Ia juga mengatakan bahwa, kesan pertama yang dirasakan sangatlah menentukan kepuasan dari pengunjung hotel. Sehingga perusahaan senantiasa memberikan rasa aman dan nyaman serta suasana yang tenang di dalam lingkungan hotel.

Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Thomas Aquinas Wahyu A. P.<sup>86</sup> dimana pada penelitian tersebut kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Yang mana baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan

---

<sup>84</sup> Rio Budi Prasadja Tan, *Psikologi Pelayanan Jasa Hotel, Restoran & Kafe*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 79.

<sup>85</sup> Respati Mengayu Hapsari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2011), hal. 113.

<sup>86</sup> Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Konsumen PT. KAI Daerah Operasional VI Yogyakarta* ..... , hal. 70.

pada pengguna jasa kereta api itu, kualitas pelayanan bukan menjadi hal yang penting dalam menentukan puas tidaknya pelanggan, melainkan variabel X2 (fasilitas) lah yang lebih dipertimbangkan dalam kasus ini. Hal ini juga dikarenakan persepsi pengguna jasa kereta api yang menganggap bahwa pelayanan yang diberikan pada masing-masing kelas tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

## **B. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Penginapan Pondok Musafir**

Faktor selanjutnya yang diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung Penginapan Pondok Musafir ini adalah fasilitas. Fasilitas juga merupakan variabel yang penting dalam perusahaan yang khususnya bergerak di bidang jasa. Karena selain menawarkan pelayanan yang prima, perusahaan juga menawarkan fasilitas yang merupakan sarana pemenuh kebutuhan pengunjung, seperti area parkir yang luas, tempat beribadah yang bersih dan ruang tunggu yang nyaman. Tanpa adanya fasilitas yang disebutkan sebelumnya, mustahil pengunjung bisa merasakan kepuasan dan kenyamanan dalam penginapan.

Fasilitas ini juga bisa berupa fasilitas utama dan fasilitas pendukung. Fasilitas utama ini meliputi semua perlengkapan yang harus ada dalam setiap kamarnya seperti ranjang dan kasur. Sedangkan fasilitas pendukung dalam tiap-tiap kamarnya bisa meliputi, kipas angin/AC, kamar mandi dalam, kasur tambahan dan juga televisi. Untuk fasilitas utama dalam penginapan meliputi area parkir, ruang tunggu pengunjung dan tempat beribadah. Sedangkan fasilitas pendukung dalam penginapan meliputi Hotspot Area, kamar mandi tambahan di luar kamar, dispenser dan juga taman.

Berdasarkan pada hasil Uji T yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Penginapan Pondok Musafir Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel X2 (fasilitas) yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $0,06 < 0,01$ ) dan  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,909 > 1,666$ ).

Sedangkan, berdasarkan data responden yang telah terkumpul, diperoleh sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan peneliti terkait fasilitas yang diberikan oleh penginapan. Sebanyak 46% responden yang menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut, dan 36,83% yang menyatakan sangat setuju, sedangkan sisanya 17,17% menyatakan netral.

Berdasarkan pada data angket responden yang telah diolah, diperoleh nilai indeks paling tinggi pada item yang menyatakan bahwa perlengkapan yang disediakan oleh pihak penginapan di dalam kamar terjaga dan terawat dengan baik. Hal ini berarti sebagian besar responden merasa senang dengan tersedianya perlengkapan yang terjaga dan terawat dengan baik di tiap-tiap kamar pengunjung penginapan. Selanjutnya, pengunjung juga merasa senang dengan fasilitas yang diberikan oleh pihak penginapan pada segi perencanaan ruangnya. Hal ini terbukti dengan tingginya nilai indeks pada item –item perencanaan ruang. Kedua item pada indikator perencanaan ruang memiliki angka yang tinggi dan sama. Kedua item ini menyatakan bahwa Penginapan Pondok Musafir memiliki halaman yang luas dan nyaman serta bangunan yang baik, indah dan asri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, bahwa fasilitas merupakan salah satu sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.<sup>87</sup> Sedangkan menurut Agus Sulastiyono, fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan bagi para tamu dalam melaksanakan segala aktivitas, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas juga harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.<sup>88</sup> Fasilitas juga bisa mempengaruhi pertimbangan pengunjung untuk memutuskan menginap di

---

<sup>87</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* ....., hal. 41-42.

<sup>88</sup> Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal.

penginapan yang memiliki fasilitas lengkap atau dengan fasilitas yang sederhana.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Mutaqin<sup>89</sup>, Diandris Nurhandika Rahman<sup>90</sup>, Asep Sukmo Raharjo<sup>91</sup>, Respati Mengayu Hapsari<sup>92</sup> dan Thomas Aquinas Wahyu A. P.<sup>93</sup> yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai sumber daya yang harus ada sebelum perusahaan menawarkan jasanya, fasilitas memang merupakan hal yang vital bagi pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Thomas Aquinas terhadap pengguna jasa kereta api, bahwa responden lebih mengutamakan fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan, seperti apa yang didapatkan oleh pengguna jasa jika mereka memilih kelas dengan harga tiket yang relatif murah dan sebaliknya.

Selain itu, dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap obyek penelitian yang mana dalam hal ini adalah Penginapan Pondok Musafir Tulungagung, diperoleh hasil bahwa fasilitas yang ditawarkan oleh pihak penginapan telah sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dapat dilihat dengan fasilitas yang diberikan memang sesuai standar penginapan dan bukan seperti fasilitas pada hotel-hotel berbintang pada umumnya. Seperti yang kita ketahui bahwa fasilitas pada hotel-hotel berbintang pada umumnya (khususnya pada hotel konvensional), menawarkan fasilitas yang bermaksud sebagai hiburan bagi para pengunjung hotel seperti adanya café, bar, kasino dan fasilitas-fasilitas lain yang mengandung unsur perjudian lainnya. Tak heran juga jika

---

<sup>89</sup> Ahmad Mutaqin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri* ....., hal. 58

<sup>90</sup> Diandris Nurhandika Rahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Presepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang* ....., hal. 85.

<sup>91</sup> Asep Sukmo Raharjo, *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajahmungkur Semarang* ....., hal. 40.

<sup>92</sup> Respati Mengayu Hapsari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang* ....., hal. 114.

<sup>93</sup> Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Konsumen PT. KAI Daerah Operasional VI Yogyakarta* ....., hal. 70.



pada café-café dan bar yang disediakan oleh hotel menawarkan minum-minuman beralkohol yang tentunya diharamkan oleh Islam. Selain itu, sistem operasional hotel yang tidak sesuai dengan syariat Islam tentunya bisa menjadi celah bagi para pengunjung hotel untuk bermaksiat.

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam QS. Al-Maidah ayat 90-91 yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamr, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya setan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamr dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu).”<sup>94</sup>

Pada Penginapan Pondok Musafir Tulungagung, fasilitas yang ditawarkan pada pengunjung hanya sebatas pada fasilitas pemenuh kebutuhan primer dan sekunder. Fasilitas kebutuhan primer yang dimaksud dalam penginapan ini seperti ranjang, kasur, kamar mandi, tempat beribadah dan area parkir. Untuk fasilitas kebutuhan sekunder sendiri seperti *double bed* busa, *spring bed*, kamar mandi dalam, closet duduk, kipas angin, AC, televisi, hotspot area, dan makanan serta minuman yang dijual terpisah. Dari fasilitas yang ditawarkan tersebut, maka fasilitas di Penginapan Pondok Musafir Tulungagung telah sesuai dengan syariat Islam yang mana telah menyediakan tempat beribadah bagi umat muslim, tidak mengandung unsur perjudian, menjaga dari perbuatan maksiat dan tidak menjual minum-minuman keras.

### **C. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung**

Berdasarkan pada Uji F (F Test) yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Selain itu, untuk nilai  $F_{hitung}$

---

<sup>94</sup> Kementerian Agama RI, *Alqur'an Cordoba*, ..... hal. 123.

diperoleh sebesar 26,818 yang mana nilai ini lebih besar daripada  $F_{tabel}$  (  $26,818 > 3,12$  ). Dengan demikian, maka variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Penginapan Pondok Musafir (Y).

Jika dilihat pada hasil Uji Koefisien Determinasi yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,411. Yang artinya bahwa sebesar 41,1% variabel Y (kepuasan pengunjung) dipengaruhi oleh variabel X1 (kualitas pelayanan) dan variabel X2 (fasilitas). Sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi, promosi dan religiusitas.

Berdasarkan pada data angket responden yang telah diolah, diperoleh nilai indeks tertinggi untuk variabel kepuasan pengunjung ini pada item yang menyatakan bahwa selama pelayanan yang diberikan oleh pihak penginapan selama menginap memuaskan. Hal ini berarti bahwa sebagian besar pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak penginapan selama menginap. Pengunjung merasa pelayanan yang diberikan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung. Selain itu, nilai indeks tertinggi selanjutnya terdapat pada item yang menyatakan bahwa pihak penginapan menyediakan fasilitas yang ditawarkan lengkap serta harga yang ditawarkan pun wajar dan tidak terlalu tinggi.

Huesin Umar mengungkapkan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan. Kegiatan penjualan yang dimaksud terdiri dari variabel pesan, sikap dan perantara. Pelayanan setelah penjualan terdiri dari variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti pemberian garansi produk. Sedangkan variabel-variabel nilai perusahaan terdiri dari nilai resmi yang dinyatakan sendiri oleh perusahaan dan nilai tidak resmi yang tersirat dari sikap dalam keseharian.<sup>95</sup>

Handy Irawan, lebih lanjut, menyebutkan terdapat beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, di antaranya adalah kualitas produk (lebih

---

<sup>95</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* ....., hal. 51.

dominan pada usaha yang berkaitan dengan media), harga (dominan pada komoditas), *service quality*/kualitas pelayanan (hal ini lebih dominan pada usaha berjenis hotel, restoran, warung makan, rumah sakit dan jasa rekreasi), *emotional factor*/faktor emosional (lebih dominan untuk perhiasan dan barang mewah) dan kemudahan (lebih dominan pada perbankan).<sup>96</sup> Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya pada usaha yang bergerak di bidang jasa seperti hotel, restoran dan jasa rekreasi. Kualitas pelayanan bersama dengan fasilitas yang ditawarkan bisa mempengaruhi kepuasan pengunjung. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa fasilitas merupakan sumber daya yang penting dalam usaha di bidang jasa di mana fasilitas itu sendiri harus tersedia sebelum jasa akan ditawarkan pada pelanggan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Mutaqin<sup>97</sup>, Diandris Nurhandika Rahman<sup>98</sup>, Asep Sukmo Raharjo<sup>99</sup>, Respati Mengayu Hapsari<sup>100</sup> dan Thomas Aquinas Wahyu A. P.<sup>101</sup>, yang pada penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan bersama dengan fasilitas yang diberikan oleh penginapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Pelayanan yang baik, ramah dan bersahabat dari pegawai penginapan tentunya membuat rasa bahagia dan puas bagi pengunjung. Ditambah dengan adanya fasilitas yang lengkap dan memadai serta perawatan fasilitas agar tetap terjaga dan bersih bisa menambah kenyamanan bagi pengunjung selama menginap di penginapan.

---

<sup>96</sup> Bambang Suharno, *Bisnis Sembilan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hal. 139.

<sup>97</sup> Ahmad Mutaqin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2006), hal. 58.

<sup>98</sup> Diandris Nurhandika Rahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Presepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang* ..... , hal. 86.

<sup>99</sup> Asep Sukmo Raharjo, *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajahmungkur Semarang* ..... , hal. 41.

<sup>100</sup> Respati Mengayu Hapsari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang* ..... , hal. 115.

<sup>101</sup> Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus pada Konsumen PT. KAI Daerah Operasional VI Yogyakarta* ..... , hal. 71.

Dari pembahasan sebelumnya dan data angket responden yang telah diolah, maka diperoleh temuan bahwa pengunjung Penginapan Pondok Musafir merasa puas akan pelayanan yang diberikan pada segi bukti fisik yang berupa area parkir yang luas serta fasilitas pada segi perlengkapan kamar penginapan yang terjaga dan terawat dengan baik. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik dan didukung oleh fasilitas yang memadai tentunya akan membuat pengunjung merasa puas selama menginap di penginapan. Namun, jika manajemen penginapan tidak mampu memberikan pelayanan yang baik dan fasilitas yang tidak terjaga dan terawat pasti akan menimbulkan kesan yang buruk bagi pengunjung. Hal ini akan berdampak buruk bagi keberlangsungan perusahaan.

Kepuasan pengunjung yang tinggi selama menginap bisa berdampak pada jangka panjang penginapan, seperti pengunjung menjadi loyal pada penginapan tersebut. Hal ini terbukti dengan sebagian besar pengunjung pada Penginapan Pondok Musafir yang merupakan pelanggan tetap setiap minggunya. Penginapan dengan kesan yang baik pada waktu menginap sebelumnya akan menjadi pilihan selanjutnya dan seterusnya ketika ia menginap ke depannya. Dalam hal ini, setiap pengunjung yang memiliki agenda kerja di Tulungagung memilih untuk menjadikan Penginapan Pondok Musafir sebagai tempat menginap.