

PENGARUH FASILITAS DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BLESSING HILLS HOTEL DI TRAWAS MOJOKERTO

Oleh :

Maya Puspita Sari, Rizky Kurniawan Murtiyanto

Email: mayaps057@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Blessing Hills Hotel di Trawas Mojokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian jenis eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel fasilitas, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yaitu pengunjung hotel yang pernah menginap dan menggunakan fasilitas Blessing Hills Hotel minimal dua kali. Analisis data yang digunakan yaitu uji kuesioner, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis determinasi koefisien, dan uji hipotesis.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial, variabel fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel pengalaman pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa fasilitas dan pengalaman pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kata-kata kunci: fasilitas; pengalaman pelanggan; kepuasan pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the influence of facilities and customer experience on customer satisfaction at Blessing Hills Hotel in Trawas, Mojokerto.

This study employs an explanatory design using a quantitative approach with variables of facilities, customer experience, and customer satisfaction. The data collection technique involved distributing a questionnaire to 100 respondents, namely hotel visitors who had stayed and used the Blessing Hills Hotel facilities at least twice. The data analysis used was questionnaire testing, descriptive analysis, classical assumption testing, multiple regression analysis, coefficient determination analysis, and hypothesis testing.

The results of the partial hypothesis show that the facility variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, and the customer experience variable partially has a positive and significant impact on customer satisfaction. The results of simultaneous hypothesis testing show that facilities and customer experience simultaneously have a positive and significant impact on customer satisfaction.

Keywords: facilities; customer experience; customer satisfaction.

1. Pendahuluan

Saat ini, seiring dengan membaiknya kondisi ekonomi, industri perhotelan di seluruh dunia telah mengalami pertumbuhan

pesat sejak krisis keuangan yang dialami pada saat pandemi. Kenaikan wisatawan, menjadikan dunia industri perhotelan dan pariwisata terjadi persaingan yang ketat. Suatu

tempat wisata dianggap menarik dan bersaing jika dapat menarik serta memuaskan wisatawan. Persaingan bisnis hotel, yang menawarkan layanan dan kualitas menarik mampu bertahan dalam kondisi saat ini. Upaya menciptakan kepuasan pada sektor jasa dengan memberikan suatu fasilitas dan menciptakan pengalaman sebaik mungkin.

Menurut Tjiptono (2017:358) mengungkapkan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan”. Untuk bertahan dalam persaingan, diperlukan kemampuan memberikan fasilitas (sarana dan prasarana), pengalaman dan layanan yang baik, serta cepat tanggap terhadap kebutuhan atau harapan konsumen dan menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:184) “Fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam

membangun rasa aman dan nyaman pelanggan”.

Selain fasilitas, ada faktor lain yaitu pengalaman pelanggan. Menciptakan pengalaman yang baik dapat memicu sebuah ekspektasi atau harapan pelanggan sehingga mempererat hubungan diantara pelanggan dan sebuah hotel. Menurut Schmitt (1999) dalam Fachri (2023), "Pengalaman Pelanggan adalah proses strategis dalam mengelola atau mengimplementasikan pengalaman pelanggan dengan suatu produk atau jasa, sehingga pengalaman pelanggan perlu menjadi perhatian pelaku bisnis dalam memuaskan pelanggannya”.

2.Kajian Pustaka

2.1.Fasilitas

Fasilitas dalam jasa perhotelan merupakan salah satu aspek penting yang mendukung kenyamanan dan kepuasan tamu selama menginap. Menurut Tjiptono (2014:184) indikator yang mempengaruhi dalam penyediaan fasilitas dalam usaha jasa adalah:

1. Pertimbangan atau perencanaan spasial Aspek seperti proporsi, kenyamanan dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional.
 2. Perencanaan ruangan
Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan olahraga, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.
 3. Perlengkapan dan perabotan
Perlengkapan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.
 4. Unsur pendukung lainnya Merupakan sarana dan prasana pendukung untuk memberikan pelayanan kepada pelangganya. seperti: toilet, wifi, tempat atau lokasi makan dan minum dan lain sebagainya.
- pelanggan, dengan orang-orang dari perusahaan, proses, teknologi, produk, layanan, dan keluaran lainnya. Menurut Schmitt (1999) dalam Lathifah dan Silvanita (2023) Indikator pengukuran pada pengalaman pelanggan ialah:
1. Sense yang diukur dari desain menarik, tempat duduk, peralatan, aroma, musik.
 2. Feel diukur menggunakan pelayanan cepat, tanggap, sopan, respon saat pembayaran, sajian sesuai pesanan.
 3. Think diukur melalui nama yang mudah diingat, nama yang unik, memberi kesan karena pengalaman baru, pengalaman yang berbeda.
 4. Act diukur melalui mudah berinteraksi dengan karyawan, tertarik karena promosi.
 5. Relate diukur menggunakan banyak yang merekomendasikan, ingin merekomendasikan, mengenalkan sesuatu yang baru, memberikan kesan tersendiri.

2.2. Pengalaman Pelanggan

Pengalaman pelanggan adalah hasil kognitif dan afektif dari paparan atau interaksi

2.3. Kepuasan Pelanggan

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain

faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut Tjiptono (2014:150) indikator kepuasan pelanggan sebagai evaluasi atas harapan berkaitan dengan:

1. Kesesuaian Harapan

Tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan meliputi beberapa aspek, yaitu jasa yang diperoleh sesuai bahkan melebihi harapan pelanggan, pelayanan yang diberikan oleh karyawan memenuhi atau melampaui ekspektasi, serta fasilitas penunjang yang tersedia juga sesuai bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk didasarkan pada beberapa faktor, antara lain minat untuk kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan terasa memuaskan, nilai dan manfaat

yang diperoleh setelah mengonsumsi produk memenuhi harapan, serta fasilitas penunjang yang disediakan dianggap memadai.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

3.2. Populasi dan sampel

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung hotel yang pernah menginap dan menggunakan fasilitas Blessing Hills Hotel minimal dua kali. Sejak dari periode bulan Januari 2024 sampai Januari 2025.

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, jumlah sampel yang diambil dari populasi sebanyak 20.262 tamu pada Januari 2024 hingga Januari 2025. maka perhitungan besarnya sampel sampel yang akan digunakan yaitu sebanyak 99,5 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Alasan mengapa sampel dibulatkan 100.

3.3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Teknik sampling ini dipilih karena dalam penentuan sampel pada penelitian ini didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu: Berada pada usia 20-55 tahun.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Ada 4 indikator untuk variabel fasilitas

1. Variabel Fasilitas (X1)

Pertimbangan atau perencanaan spasial dengan item: proporsi, kenyamanan, dan emosional.

2. Perencanaan ruangan dengan item: interior, arsitektur, dan penempatan perabotan dan perlengkapan.
3. Perlengkapan dan perabotan dengan item: perlengkapan, pajangan, dan infrastruktur pendukung.
4. Unsur pendukung lainnya dengan item: toilet, Wi-Fi, dan area makan dan minum.

Ada 5 indikator untuk variabel pengalaman pelanggan, yaitu:

1. Sense dengan item: desain menarik, tempat duduk, dan peralatan.
2. Feel dengan item: pelayanan cepat, sopan, dan sajian sesuai pesanan.
3. Think dengan item: nama mudah diingat, memberi kesan, dan pengalaman yang berbeda.
4. Act dengan item: mudah berinteraksi dengan karyawan dan tertarik karena promosi.
5. Relate dengan item: banyak yang merekomendasikan, ingin merekomendasikan, dan mengenalkan sesuatu yang baru.

Ada 2 indikator untuk variabel kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kesesuaian harapan dengan item: jasa, pelayanan, dan fasilitas penunjang.
2. Minat berkunjung kembali dengan item: minat untuk kembali, pembelian ulang, dan nilai dan manfaat.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data adalah kuesioner.

3.6. Metode Analisis

Analisis data Regresi Linier Berganda.

Persamaan regresi bergandanya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Kepuasan pelanggan

a= Konstanta

b₁= Koefisien regresi fasilitas

b₂= Koefisien regresi pengalaman pelanggan

X₁= Fasilitas

X₂= Pengalaman Pelanggan

e= error (tingkat kesalahan) Ghozali (2021:147),

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Hasil Penelitian

Dari hasil analisis di atas, maka penjabaran model regresi penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$Y = 4,309 + 0,118 X_1 + 0,267 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Jika semua variabel bebas yaitu fasilitas (X₁) dan pengalaman pelanggan (X₂) diabaikan atau diasumsikan 0 (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan sebesar nilai konstantanya yaitu 4,309.
2. Apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel fasilitas dan variabel pengalaman pelanggan diasumsikan 0 (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,118.
3. Apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel pengalaman pelanggan dan variabel fasilitas diasumsikan 0 (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,267. Besarnya kontribusi pengaruh fasilitas dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Blessing Hills Hotel di Trawas Mojokerto sebesar 55,4% sedangkan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2. Bahasan

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:184) menyatakan bahwa “fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan”, juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erie Hidayat Sukriadi dan Ade Nisya Mulyani (2024) dengan judul “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung” yang mendapatkan hasil bahwa fasilitas hotel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ummi Khoiri Lathifah dan Anita Silvianita (2023) dengan judul “Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Pelanggan” yang mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Bandung.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan pengalaman pelanggan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas yang nyaman dan pengalaman pelayanan yang menyenangkan terbukti mampu meningkatkan kepuasan selama menginap di hotel. Pelayanan yang memenuhi harapan menjadi faktor penting yang paling dihargai oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hotel perlu memperhatikan kualitas fasilitas dan interaksi layanan untuk menciptakan kesan positif bagi pelanggan secara menyeluruh. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perlu adanya fasilitas dan menciptakan pengalaman pelanggan yang sangat baik.

5.2. Saran

Diharapkan dapat lebih fokus untuk

meningkatkan kebersihan dan kelengkapan fasilitas toilet, memperkuat koneksi Wi-Fi agar lebih stabil, serta memperbaiki suasana dan variasi menu di area makan dan minum. Upaya ini penting agar tamu merasa nyaman dan mendapatkan pengalaman menginap yang memuaskan secara menyeluruh.

Diperlukan suatu pengalaman yang berkesan baik dan memuaskan untuk pelanggan, hal itu dapat menambah respon positif dan menjadi tujuan hotel yang utama di benak konsumen. Oleh sebab itu, diharapkan Blessing Hills Hotel dapat lebih aktif membangun koneksi emosional dengan tamu, seperti memberikan pengalaman unik yang sulit dilupakan, membuat program khusus yang bisa dibagikan oleh tamu ke orang lain, serta menciptakan suasana hangat dan personal selama mereka menginap. Dengan begitu, tamu akan merasa lebih terhubung secara emosional dan terdorong untuk menceritakan pengalaman mereka kepada teman dan keluarga.

6. Daftar Rujukan

- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction (4th ed.)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fachri, H. (2023). Analysis Of The Influence Of Customer Experience On Consumer Satisfaction And Loyalty Using Deluxe Rooms At The Aston Pontianak Hotel.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sukriadi, E. H., & Mulyani, A. N. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung.
- Lathifah, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan Dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.