

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAND ANTARES MEDAN

Chon Cho Reynols Manday

Dosen STIE Professional Manajemen College Indonesia

Corresponding Author: cr.manday@gmail.com

Info Artikel

Masuk: 25 Juli 2025

Diterima: 27 Juli 2025

Terbit: 27 Juli 2025

Keywords: Service Quality, Facilities and Consumer Decisions

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keputusan Konsumen

Abstract

Basically, every service company engaged in the hospitality sector, production costs are the largest cost component. Therefore, it is necessary to have maximum control over production costs through a budget. Control must be carried out throughout the company's production process so that any deviations that occur can be overcome. Control can be done by comparing the suitability of the planned budget with its realization. This study aims to determine the influence of service quality on consumer decisions, to determine the influence of facilities on consumer decisions and the influence of service quality and facilities on consumer decisions. The research approach is associative research. The population in this study were consumers at the Grand Antares Hotel Medan totaling 50 people using the Probability technique, namely Quota Sampling. The data collection technique used a questionnaire, while the data analysis technique used the product moment correlation method. Based on the results of the research that has been conducted, it shows that service quality has a significant influence on consumer decisions, facilities have an influence on consumer decisions and the influence of service quality and facilities has an influence on consumer decisions at the Grand Antares Medan Hotel.

Abstrak

Pada dasarnya setiap perusahaan jasa yang bergerak di bidang perhotelan, biaya produksi merupakan komponen biaya terbesar. Oleh sebab itu, perlu adanya pengendalian yang maksimal atas biaya produksi melalui suatu anggaran. Pengendalian harus dilakukan sepanjang proses kegiatan produksi perusahaan agar setiap penyimpangan yang terjadi dapat diatasi. Pengendalian dapat dilakukan dengan membandingkan kesesuaian anggaran yang direncanakan dengan realisasinya. Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen, untuk mengetahui apakah pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Hotel Grand Antares Medan berjumlah 50 orang dengan menggunakan teknik *Probability* yaitu *Quota Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, sedangkan teknik analisis data dengan menggunakan metode korelasi produk moment. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh



1. PENDAHULUAN

Konsumen dalam memutuskan pembelian produk maupun jasa akan melalui suatu proses yang ditandai dengan mengembangkan kepercayaan mengenai produk tersebut dan pendirian serta membuat pilihan pembelian dengan bijaksana. Kemudian keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut. Dalam mengamati para pembeli atau konsumen terhadap proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk karena pada dasarnya keputusan pembelian seorang konsumen tersimpan didalam benak mereka, dan sebelum melakukan pembelian, konsumen mempunyai banyak pertimbangan, sehingga setiap perusahaan selalu ingin hanya produk mereka yang ada dalam pikiran konsumen. Dalam memutuskan untuk menggunakan jasa penginapan seperti hotel, konsumen akan memilih karena disebabkan faktor pelayanan yang ramah serta fasilitas yang nyaman dan pertimbangan lainnya. Begitu pula dalam memutuskan menggunakan jasa hotel seorang konsumen dapat mempertimbangkan keamanan dan kenyamanan yang ditawarkan suatu perusahaan. Keadaan yang demikian, tentunya konsumen akan menggunakan jasa hotel tertentu yang sesuai kemampuan dan dapat memenuhi kepuasan konsumen tersebut.

Kualitas suatu pelayanan dapat diukur melalui sejauh mana tingkat keunggulan pelayanan telah berhasil memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Hal ini bisa dilihat dari minat konsumen menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Semakin sering konsumen menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan menunjukkan perusahaan telah berhasil memuaskan. Pelayanan yang diberikan Hotel Grand Antares Medan terhadap tamu masih kurang baik dan tidak sesuai dengan yang diharapkan para pelanggan karena masih sering terlambatnya makanan yang harus disediakan kepada tamu dan para pekerja di hotel tidak setiap waktu ada saat para tamu membutuhkan. Selain itu masalah keterlambatan pengantaran handuk disebabkan karena pencucian handuk tidak di Hotel Grand Antares Medan. Sehingga para para tamu atau konsumen merasa pelayanan Hotel Grand Antares Medan tidak baik dan tidak sesuai yang diinginkan para tamu.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat hati-hati membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen menentukan pilihan. Halnya pada Hotel Grand Antares Medan, selaku perusahaan yang menginginkan jasa perhotelan yang mereka tawarkan kepada konsumen dan para pelanggannya yang selalu menginginkan kualitas pelayanan yang prima, namun masih ada beberapa masalah pelayanan yang penulis temukan yaitu pelayanan yang diberikan pada tamu hotel masih rendah dan tidak sesuai dengan harapan pelanggan khususnya untuk pelayanan kamar suite, yaitu masalah pelayanan untuk sarapan pagi yang tidak diantar ke kamar sehingga tamu yang ingin menikmati sarapan dikamar hotel merasa kecewa karena harus makan diruang makan hotel, selain itu layanan untuk pesanan tamu superior sering kali terjadi keluhan disebabkan sering terlambatnya oleh pelayanan kamar (*room service*).

Sedangkan untuk persediaan fasilitas Hotel Grand Antares Medan tidak sesuai dengan standart hotel bintang 4 antara lain masalah tempat parkir mobil yang kecil, tidak adanya tempat merokok khusus bagi para tamu yang merokok dan sering terjadi keterlambatan pengantaran handuk dikamar kepada konsumen. Hal ini disebabkan lokasi hotel yang sangat terbatas karena berada di area perkotaan yang berdampingan dengan kampus budi darma dan usaha kfc sehingga untuk perluasan parkir tidak memungkinkan. Selain itu masalah keterlambatan pengantaran handuk disebabkan karena pencucian handuk tidak berada dilingkungan Hotel Grand Antares Medan, tetapi diluar lingkungan Hotel Grand Antares Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Keputusan Konsumen

Kotler (2005, hal. 128) mengemukakan :

“Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk merupakan tahap evaluasi yang membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam peringkat pilihannya, sehingga tahap evaluasi itu akan menciptakan hasrat pembelian, sehingga para konsumen akan membeli barang yang paling mereka sukai. Dimana hasrat pembelian tersebut akan menciptakan suatu perilaku konsumen.”

Menurut Andrian (2022:112) keputusan pembelian merupakan proses membuat keputusan tentang suatu produk, seseorang memikirkan berbagai opsi dan kemudian membuat keputusan tentang apa yang akan mereka beli. Kotler dan Armstrong (dalam Yenni Arfah 2022:2) juga berpendapat "*Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers-individuals and households that buy goods and services for personal consumption*".

Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa konsumsi pribadi.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2007, hal. 104) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap terhadap kualitas pelayanan merupakan –penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, yaitu perusahaan akan tetapi sudut pandang penilaian persepsi pelanggan. Dalam hal ini, konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa.

Sedangkan menurut Tjiptono (2006) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sehingga defenisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregous (2005, hal. 121) mendefinisikan : “Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Sedangkan menurut Tjiptono dan Gregous (2005) mendefinisikan : “Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Berdasarkan teori para ahli di atas, maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen/pelanggan yang sesuai dengan harapannya.

Pengertian fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen Farida (2005, hal. 30), sedangkan menurut Sulistiyono dalam Ari Budi (2010) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk kemudahan para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya , sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi selama memakai jasa tersebut.

Kesimpulan beberapa teori di atas adalah Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, ruangan 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 penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

METODE PENELITIAN

Didalam penelitian ini digunakan pendekatan penelitian asosiatif dan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada jumlah data yang dikumpulkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menginap di Hotel Grand Antares Medan. Dari jumlah populasi yang ada maka penulis menetapkan sampel sebanyak 50 orang konsumen pengguna kamar superior. Hal ini tersebut didasarkan dengan *Quota Sampling*.

Defenisi Operasional

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang ada pada hakekatnya bersifat *intangibile* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain.

Adapun lima faktor kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2006), meliputi:

No	Indikator
1	Reability (Kehandalan)
2	Responsiveness (Daya tanggap)
3	Assurance (Jaminan)
4	Empathy (Empati)
5	Tangibles (Produk-produk fisik)

Sumber: Tjiptono (2006)

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk kemudahan para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya , sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi selama memakai jasa tersebut.

Tjiptono (2006) mengemukakan enam faktor yang harus dipertimbangkan secara cermat menyangkut letak fasilitas jasa, sebagai berikut:

No	Indikator
1	Perencanaan ruangan

2	Perlengkapan/perabotan
3	Tata cahaya
4	Warna
5	Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Sumber: Tjiptono (2006)

Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam membuat keputusan pembelian barang yang paling mereka sukai. Menurut Kotler (2003, hal. 200) indikator-indikator keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

No	Indikator
1	Produk pilihan
2	Pilihan merek
3	Penentuan saat pembelian

Sumber: Kotler (2003)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 X_2 dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas (Cronbach Alpha)	Status
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,914 > 0,60	Reliabel
Fasilitas (X_2)	0,820 > 0.60	Reliabel
Keputusan Konsumen(Y)	0,974 > 0,60	Reliabel

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa reliabilitas instrument kualitas pelayanan (variabel X_1) sebesar 0,914 (reliable) , instrument fasilitas (variabel X_2) sebesar 0,820 (reliable) dan istrumen keputusan konsumen (variabel Y) sebesar 0,974 (reliabel).

Koefisien Korelasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.309 ^a	.096	.077	2.60568

a. Predictors: (Constant), X_1

Chon Cho Reynolds Manday, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Pada Hotel...

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,309 yang menunjukkan bahwa $0,309 > 0,294$ (r_{tabel}) yang berarti hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen rendah, maka H_0 ditolak H_a diterima yang menunjukkan ada hubungan yang signifikan atau pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.323	4.066		3.031	.004
	X1	.337	.150	.309	2.252	.029

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel IV-14 di atas, tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan konsumen (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.252 dengan probabilitas sig 0,0000, $< \alpha = 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2.252 > 1,967$. Hal tersebut berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) pada Hotel Grand Antares Medan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 ^a	.216	.200	2.42563

a. Predictors: (Constant), X2

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,465 yang menunjukkan bahwa $0,465 > 0,294$ (r_{tabel}) yang berarti hubungan antara fasilitas terhadap keputusan konsumen sedang, maka H_0 ditolak H_a diterima yang menunjukkan ada hubungan yang signifikan atau pengaruh antara fasilitas terhadap keputusan konsumen.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.814	3.213		3.054	.004
	X2	.478	.131	.465	3.639	.001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel IV-16 diatas, tentang pengaruh variabel fasilitas (X_2) terhadap keputusan konsumen (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 3.639 dengan probabilitas $\text{sig} = 0,0000$, $\alpha = 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $3.639 > 1,967$. Hal tersebut berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa fasilitas (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) pada Hotel Grand Antares Medan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.250	.218	2.39767

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Secara bersamaan nilai koefisien korelasi ganda adalah 0,500 yang menunjukkan bahwa $0,540 > 0,294$ (r_{tabel}) artinya hubungan antara kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2) terhadap keputusan konsumen (Y) kuat maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan ada hubungan yang signifikan atau pengaruh antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	90.125	2	45.063	7.839	.001 ^a
Residual	270.195	47	5.749		
Total	360.320	49			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai F pada tabel di atas adalah 7,839 selanjutnya dibandingkan dengan f_{tabel} . Jadi diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($7,839 > 4,06$) yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan perusahaan adalah dengan cara melihat kualitas perusahaan yang dicerminkan oleh keputusan konsumen dalam memilih jasa penginapan atau dengan kata lain keputusan konsumen merupakan proses tahap

demi tahap yang digunakan konsumen ketika memesan sebuah kamar untuk tujuan tertentu dengan proses yang cepat dan dengan biaya yang seefisien mungkin.

Dari hasil SPSS dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dengan koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen sebesar 0,540. Hal ini menunjukkan korelasi positif kuat. Pada dasarnya kualitas pelayanan dan fasilitas dapat memacu konsumen untuk memilih jasa tersebut sehingga dapat berpengaruh pada pencapaian tujuan perusahaan.

Hasil penelitian di atas memperlihatkan, bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen., Ada pengaruh signifikan bahwa fasilitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh berarti atau bermakna terhadap keputusan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Andrian, dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.

Diputra . (2007). “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes.

Fandy Tjiptono (2006). *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Malang : Banyumedia Publishing.

Fandy Tjiptono. (2005), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Fandy Tjiptono. (2005). *Brand Manajement Dan Strategy*. Yogyakarta : Andi

Fandy Tjiptono. (2000) *Manajemen Jasa*. Edisi II, Yogyakarta : Andi Offset

Farida Jasfar . (2005) *Manajemen Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Imam Ghozali (2005). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* . Semarang: Universitas Dipenogoro

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gray Armstrong. (2005), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi kedelapan. Jakarta : Penerbit Erlangga.

(2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I. Jakarta : Gramedia.

Chon Cho Reynolds Manday, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Pada Hotel...

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas, jilid 2, Jakarta : Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Kaller (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 12, Jakarta : PT. INDEKS

Lovelock dan Wright, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*

Lamb. Hair. Mc Daniel. (2001). *Pemasaran*. Buku I. Jakarta : Salemba Empat

Nasution. (2004). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono (2012) . *Metode Penelitian Administratif* Edisi Kedua Cetakan Pertama Bandung. CV ALVABETA

Sugiyono.(2007). *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung : CV ALVABETA

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV ALFABETA

Sulistiyono, Agus (2006). *Manajemen Penyelenggara Hotel*, Bandung : Alfabeta.

Sulistiyono, Ari Budi (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Kasus Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang)*, Skripsi, Semarang : Universitas Diponegoro.

WWW. Google Jurnal. Com Ari Budi Sulistiyono. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen. Semarang

[WWW.Google Jurnal](#). Com Zoeldan (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen

Yamit. Zulian. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia