

RESPON KONSUMEN TERHADAP KINERJA BAHAN PEMASARAN JASA PADA HOTEL BINTANG MULIA DI JEMBER

DEASY WULANDARI

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Jember
Jl. Kalimantan 37 Jember

Abstract

The stars-hotels services in Jember are very competitive. They offer different interesting services to attract the customers. The hotel management should give more attention to the performance of services marketing mix in order to be the best one and have the loyal customers. This research is done to analyze the performance of services marketing such as product, price, place, promotion, process, personnel and physical evidence of Bintang Mulia Hotel in Jember. The descriptive analysis is used as the method of the research. The management hotel should observe each variable in the services marketing mix especially for the product, price and promotion.

Keywords : *service marketing mix, descriptive analysis.*

Persaingan pada industri perhotelan di masa kini semakin tinggi, hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya hotel berbintang baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Oleh karena itu setiap industri hotel harus dapat meningkatkan bauran pemasaran jasa yang diberikan pada setiap konsumennya dengan cara menganalisis kinerja bauran pemasaran jasa yang telah dilakukan oleh pihak manajemen hotel selama ini sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan meraih keunggulan bersaing.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi untuk mengkombinasikan segala aktivitas atau kegiatan secara maksimal sehingga mendapatkan hasil yang paling memuaskan untuk mempengaruhi permintaan atas produknya (Alma, 2004:162). Bauran pemasaran ini terbagi menjadi dua bagian besar yaitu bauran pemasaran barang dan bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*). Bauran pemasaran barang biasa dikenal dengan istilah 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Bauran pemasaran jasa merupakan pengembangan dari bauran pemasaran barang dan dikenal dengan istilah 7P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), personel (*personnel*) dan lingkungan fisik (*physical evidence*). Dalam perkembangannya, pada saat ini terdapat modifikasi dalam bauran pemasaran jasa yaitu khusus untuk jasa ritel terdapat bauran pemasaran jasa tersendiri yang dikenal dengan istilah bauran ritel (*retail mix*).

Ditinjau dari sisi produsen, bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh perusahaan ini berguna untuk mempengaruhi respon konsumen untuk menilai kinerja perusahaan. Ditinjau dari sisi konsumen, bauran pemasaran jasa yang diterima tersebut dapat menjadi stimulus (positif maupun negatif) dalam pengambilan keputusan. Konsumen memandang bahwa bauran pemasaran jasa sebagai daya tarik tersendiri terhadap pengambilan keputusan suatu produk. Penerapan bauran pemasaran jasa oleh perusahaan pada kenyataannya sangat bervariasi antara satu dengan yang lain.

Begitu pula halnya dengan respon maupun interpretasi konsumen terhadap bauran pemasaran jasa yang diterima sangat beragam baik positif maupun negatif. Penerapan bauran pemasaran jasa yang maksimal harus selalu dikaji ulang pula oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia Jember. Hotel ini berdiri pada tahun 2008 dengan lokasi hotel di kawasan perumahan yang menawarkan keunikan tersendiri dibandingkan dengan hotel lain di Jember. Hotel Bintang Mulia mempunyai misi "To Server Better" yang menjadi prinsip kerja setiap individu di dalam perusahaan untuk mencapai visi perusahaan di masa yang akan datang dan menjadi budaya perusahaan untuk selalu dilaksanakan dalam lingkungan kerja sehari-hari. Peningkatan keterampilan yang meliputi kualitas karyawan dan kecepatan pelayanan karyawan dilakukan melalui *job training*.

Misi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik diterapkan melalui suatu strategi yang menjadi ciri khas Hotel Bintang Mulia yang dikenal dengan Prinsip Kerja Hotel Bintang Mulia. Prinsip kerja ini meliputi :

- a. Kepuasan Pelanggan
Karyawan harus mengutamakan kepuasan pelanggan dalam setiap aktivitasnya. Aktivitas ini terkait dengan taraf Hotel Bintang Mulia yang berbintang dua sehingga harus lebih memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumennya.
- b. Kerjasama Tim
Kerjasama antar bagian di dalam suatu tim kerja terus dibina untuk memupuk semangat kerja dan kebersamaan karyawan.
- c. Karyawan
Karyawan memiliki disiplin kerja yang tinggi, keinginan untuk maju, kejujuran dan kepedulian terhadap nilai-nilai pelayanan.
- d. Proses Kerja
Hasil yang efektif ditentukan dari pemahaman proses kerja dan pengembangan teknologi di bidang perhotelan.
- e. Pengembangan Sumber Daya Manusia
Peningkatan dan pengembangan keterampilan karyawan dilakukan dengan mengadakan pelatihan karyawan secara periodik yaitu dua kali per tahun.

Penerapan bauran pemasaran jasa yang tepat pada Hotel Bintang Mulia diharapkan dapat diterima secara positif oleh konsumennya sehingga pada akhirnya konsumen memberikan respon yang baik terhadap kinerja bauran pemasaran jasa yang telah dilakukan oleh pihak manajemen. Tidak dapat dipungkiri bahwasannya respon atau tanggapan konsumen tersebut akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Respon konsumen yang baik akan membantu mempermudah pihak manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan sedangkan respon konsumen yang buruk akan menurunkan citra perusahaan yang pada akhirnya akan dapat mengurangi pendapatan perusahaan. Respon konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran jasa ini berguna bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan melakukan transaksi pembelian aktualnya. Berdasarkan uraian tersebut maka pada penelitian ini diajukan permasalahan : Bagaimana respon konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran jasa Hotel Bintang Mulia di Jember? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis respon konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran jasa Hotel Bintang Mulia di Jember.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif tidak menguji hipotesis melainkan hanya mendeskripsikan atau menggambarkan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti (Mardalis, 1999:26). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memaparkan sesuatu dengan cara mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi yang terjadi pada saat penelitian berlangsung. Metode penelitian menggunakan metode survey untuk memperoleh fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hotel Bintang Mulia di Jember. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Hotel Bintang Mulia di Jember yang memenuhi persyaratan dalam teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu sampel dipilih berdasarkan ciri atau

karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Soeratio dan Lincoln Arsyad, 1999:199). Syarat pengambilan sampel tersebut adalah :

- a. Konsumen yang telah menginap atau pernah menggunakan jasa Hotel Bintang Mulia di Jember minimal satu kali dengan pertimbangan konsumen sudah pernah merasakan dan menilai penawaran bauran pemasaran jasa Hotel Bintang Mulia.
- b. Usia responden minimal 18 tahun dengan pertimbangan bahwa responden mampu memahami pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan pertimbangan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 orang dan kurang dari 500 orang tepat untuk kebanyakan penelitian (Sekaran,2005:160). Jenis data dan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik pengukuran menggunakan skala likert dengan 5 kategori jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator-indikator dari suatu variabel dikatakan valid jika mempunyai *loading factor* signifikan pada $\alpha = 5\%$. Instrumen penelitian disebut valid unidimensional jika mempunyai nilai *goodness of fit index* (GFI) $> 0,90$, sedangkan reliabilitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan *composite (construct) reliability* dengan *cut off value minimal* sebesar 0,7 (Ghozali, 2005:134). Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua instrumen valid dan reliabel. Nilai *t* (ditunjukkan oleh nilai C.R) untuk *loading* setiap variabel nilainya lebih besar dari nilai kritisnya pada tingkat signifikansi 0,05 (nilai kritis = 1,96), demikian juga nilai probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$. Hasil uji pada penelitian ini untuk nilai GFI minimal adalah 0,905 dan maksimal adalah 0,94 sedangkan nilai *construct reliability* minimal adalah 0,840 dan maksimal adalah 0,880. Hasil dan pembahasan respon konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran jasa pada Hotel Bintang Mulia di Jember akan dijelaskan berikut ini.

1. Respon Konsumen Terhadap Variabel Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian, pemakaian atau konsumsi dari konsumen. Dalam penelitian ini variabel produk akan dinilai dari respon konsumen terhadap keragaman layanan dan kualitas layanan. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel produk disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Keragaman Layanan

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Bervariasi	12
Bervariasi	32
Cukup	43
Tidak Bervariasi	11
Sangat Tidak Bervariasi	2
Total	100

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator keragaman layanan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 43 responden menyatakan cukup, 32 responden menyatakan bervariasi, 12 responden menyatakan sangat bervariasi, 11 responden menyatakan tidak bervariasi, 2 responden menyatakan sangat tidak bervariasi. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab cukup dengan jumlah responden sebanyak 43 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap keragaman layanan yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember cukup bervariasi.

Tabel 2. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Kualitas Layanan

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Baik	19
Baik	38
Cukup	24
Buruk	10
Sangat Buruk	9
Total	100

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kualitas layanan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 19 responden menyatakan sangat baik, 38 responden menyatakan baik, 24 responden menyatakan cukup, 10 responden

menyatakan buruk, 9 responden menyatakan sangat buruk. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 38 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember sudah baik.

2. Respon Konsumen Terhadap Variabel Harga

Harga merupakan nilai suatu jasa yang dinyatakan dalam satuan uang (rupiah). Dalam penelitian ini variabel harga akan dinilai dari respon konsumen terhadap tarif kamar dan kesesuaian harga. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel harga disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Tarif Kamar

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Murah	15
Murah	20
Cukup	49
Mahal	11
Sangat Mahal	5
Total	100

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator tarif kamar Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 15 responden menyatakan sangat murah, 20 responden menyatakan murah, 49 responden menyatakan cukup, 11 responden menyatakan mahal, 5 responden menyatakan sangat mahal. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab cukup dengan jumlah responden sebanyak 49 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap tarif kamar yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember cukup murah.

Tabel 4. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Kesesuaian Harga

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Sesuai	16
Sesuai	24
Cukup	49

Tidak Sesuai	9
Sangat Tidak Sesuai	2
Total	100

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kesesuaian harga Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 16 responden menyatakan sangat sesuai, 24 responden menyatakan sesuai, 49 responden menyatakan cukup, 9 responden menyatakan tidak sesuai, 2 responden menyatakan sangat tidak sesuai. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab cukup dengan jumlah responden sebanyak 49 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap kesesuaian harga yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember cukup sesuai.

3. Respon Konsumen Terhadap Variabel Tempat

Tempat merupakan lokasi dimana perusahaan (hotel) melakukan semua aktivitas untuk menyampaikan jasa pada konsumen sasaran. Dalam penelitian ini variabel tempat akan dinilai dari respon konsumen terhadap lokasi hotel, jarak hotel dan kemudahan lokasi. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel tempat disajikan pada Tabel 5, Tabel 6 dan Tabel 7.

Tabel 5. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Lokasi Hotel

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Strategis	27
Strategis	45
Cukup	16
Tidak Strategis	9
Sangat Tidak Strategis	3
Total	100

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator lokasi Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 27 responden menyatakan sangat strategis, 45 responden menyatakan strategis, 16 responden menyatakan cukup, 9 responden menyatakan tidak strategis, 3 responden menyatakan sangat tidak strategis. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab strategis dengan jumlah responden sebanyak 45 responden. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa konsumen menganggap lokasi Hotel Bintang Mulia di Jember sudah strategis.

Tabel 6. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Kemudahan Lokasi

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Mudah	33
Mudah	28
Cukup	24
Sulit	10
Sangat Sulit	5
Total	100

Berdasarkan Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kemudahan lokasi Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 33 responden menyatakan sangat mudah, 28 responden menyatakan mudah, 24 responden menyatakan cukup, 10 responden menyatakan sulit, 5 responden menyatakan sangat sulit. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab sangat mudah dengan jumlah responden sebanyak 33 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap kemudahan untuk menjangkau lokasi Hotel Bintang Mulia di Jember adalah sangat mudah untuk dijangkau.

Tabel 7. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Jarak Hotel

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Dekat	24
Dekat	38
Cukup	18
Jauh	11
Sangat Jauh	9
Total	100

Berdasarkan Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator jarak Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 24 responden menyatakan sangat dekat, 38 responden menyatakan dekat, 18 responden menyatakan cukup, 11 responden menyatakan jauh, 9 responden menyatakan sangat jauh. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab dekat dengan jumlah responden sebanyak 38 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap jarak Hotel Bintang Mulia di Jember adalah dekat.

4. Respon Konsumen Terhadap Variabel Promosi

Promosi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan jasa hotel. Dalam penelitian ini variabel promosi akan dinilai dari respon konsumen terhadap *special event* dan *display*. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel produk disajikan pada Tabel 8 dan Tabel 9.

Tabel 8. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Program Spesial Event

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Menarik	24
Menarik	24
Cukup	37
Tidak Menarik	9
Sangat Tidak Menarik	6
Total	100

Berdasarkan Tabel 8 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator *special event* Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 24 responden menyatakan sangat menarik, 24 responden menyatakan menarik, 37 responden menyatakan cukup, 9 responden menyatakan tidak menarik, 6 responden menyatakan sangat tidak menarik. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab cukup dengan jumlah responden sebanyak 37 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap *special event* yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember adalah cukup menarik.

Tabel 9. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Display

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Menarik	20
Menarik	45
Cukup	18
Tidak Menarik	10
Sangat Tidak Menarik	7
Total	100

Berdasarkan Tabel 9 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator *display* Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 20 responden menyatakan sangat menarik, 45 responden menyatakan menarik, 18 responden menyatakan cukup, 10 responden menyatakan tidak menarik, 7 responden menyatakan sangat tidak menarik. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut

dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab menarik dengan jumlah responden sebanyak 45 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap *display* yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember menarik.

5. Respon Konsumen Terhadap Variabel Proses

Proses merupakan tindakan yang dilakukan pihak manajemen hotel untuk menyajikan layanan yang baik kepada konsumen. Dalam penelitian ini variabel proses akan dinilai dari respon konsumen terhadap layanan yang diberikan karyawan hotel dan keamanan lingkungan hotel. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel proses disajikan pada Tabel 10 dan Tabel 11.

Tabel 10. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Layanan yang Diberikan Karyawan Hotel

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Baik	13
Baik	47
Cukup	26
Buruk	12
Sangat Buruk	2
Total	100

Berdasarkan Tabel 10 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator layanan yang diberikan karyawan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 13 responden menyatakan sangat baik, 47 responden menyatakan baik, 26 responden menyatakan cukup, 12 responden menyatakan buruk, 2 responden menyatakan sangat buruk. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 47 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap layanan yang diberikan karyawan Hotel Bintang Mulia di Jember adalah baik.

Tabel 11. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Keamanan Lingkungan Hotel

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Aman	28
Aman	42
Cukup	18
Tidak Aman	11
Sangat Tidak Aman	1
Total	100

Berdasarkan Tabel 11 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator keamanan lingkungan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 28 responden menyatakan sangat aman, 42 responden menyatakan aman, 18 responden menyatakan cukup, 11 responden menyatakan tidak aman, 1 responden menyatakan sangat tidak aman. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab aman dengan jumlah responden sebanyak 42 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap keamanan lingkungan Hotel Bintang Mulia di Jember adalah aman.

6. Respon Konsumen Terhadap Variabel Personel

Personel merupakan individu atau karyawan yang terlibat dalam kegiatan pelayanan hotel kepada konsumen. Dalam penelitian ini variabel personel akan dinilai dari respon konsumen terhadap keramahan dan kesopanan karyawan serta keterampilan dan kecakapan karyawan. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel personel disajikan pada Tabel 12 dan Tabel 13.

Tabel 12. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Keramahan dan Kesopanan Karyawan

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Baik	19
Baik	35
Cukup	34
Buruk	9
Sangat Buruk	3
Total	100

Berdasarkan Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator keramahan dan kesopanan karyawan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 19 responden menyatakan sangat baik, 35 responden menyatakan baik, 34 responden menyatakan cukup, 9 responden menyatakan buruk, 3 responden menyatakan sangat buruk. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 35 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap keramahan dan kesopanan karyawan Hotel Bintang Mulia di Jember adalah baik.

Tabel 13. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Keterampilan dan Kecakapan Karyawan

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Baik	18
Baik	38
Cukup	30
Buruk	9
Sangat Buruk	5
Total	100

Berdasarkan Tabel 13 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator keterampilan dan kecakapan karyawan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 18 responden menyatakan sangat baik, 38 responden menyatakan baik, 30 responden menyatakan cukup, 9 responden menyatakan buruk, 5 responden menyatakan sangat buruk. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 38 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap keterampilan dan kecakapan karyawan Hotel Bintang Mulia di Jember sudah baik.

7. Respon Konsumen Terhadap Variabel Lingkungan Fisik

Lingkungan fisik merupakan fasilitas berwujud (nyata) yang diperlukan dalam menyajikan layanan hotel kepada konsumen. Dalam penelitian ini variabel lingkungan fisik akan dinilai dari respon konsumen terhadap kebersihan hotel, kenyamanan fasilitas kamar dan suasana hotel. Distribusi frekuensi jawaban atau respon konsumen terhadap variabel lingkungan fisik disajikan pada Tabel 14, Tabel 15 dan Tabel 16.

Tabel 14. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Kebersihan Hotel

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Bersih	21
Bersih	50
Cukup	19
Kotor	8
Sangat Kotor	2
Total	100

Berdasarkan Tabel 14 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kebersihan Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 21 responden menyatakan sangat bersih, 50 responden menyatakan bersih, 19 responden menyatakan cukup, 8 responden

menyatakan kotor, 2 responden menyatakan sangat kotor. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab bersih dengan jumlah responden sebanyak 50 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap kebersihan Hotel Bintang Mulia di Jember sudah bersih.

Tabel 15. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Kenyamanan Fasilitas Kamar

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Nyaman	23
Nyaman	42
Cukup	26
Tidak Nyaman	7
Sangat Tidak Nyaman	2
Total	100

Berdasarkan Tabel 15 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator kenyamanan fasilitas kamar Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 23 responden menyatakan sangat nyaman, 42 responden menyatakan nyaman, 26 responden menyatakan cukup, 7 responden menyatakan tidak nyaman, 2 responden menyatakan sangat tidak nyaman. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab nyaman dengan jumlah responden sebanyak 42 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap kenyamanan fasilitas kamar yang diberikan oleh pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember sudah nyaman.

Tabel 16. Proporsi Respon Konsumen Terhadap Suasana Hotel

Kriteria Jawaban	Jumlah Responden
Sangat Bagus	19
Bagus	47
Cukup	27
Buruk	5
Sangat Buruk	2
Total	100

Berdasarkan Tabel 16 dapat dijelaskan bahwa untuk indikator suasana Hotel Bintang Mulia di Jember sebanyak 19 responden menyatakan sangat bagus, 47 responden menyatakan bagus, 27 responden menyatakan cukup, 5 responden menyatakan buruk, 2 responden menyatakan sangat buruk. Berdasarkan keseluruhan hasil jawaban

responden tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab bagus dengan jumlah responden sebanyak 47 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen menganggap suasana Hotel Bintang Mulia di Jember adalah bagus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Konsumen menilai bahwa produk yang ditawarkan oleh Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan cukup baik.
2. Konsumen menilai bahwa harga yang ditawarkan oleh Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan cukup sesuai.
3. Konsumen menilai bahwa tempat yang ditawarkan oleh Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan strategis.
4. Konsumen menilai bahwa promosi yang dilakukan oleh Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan cukup menarik.
5. Konsumen menilai bahwa proses yang dilakukan pada Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan baik.

6. Konsumen menilai bahwa personel yang ada pada Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan baik.
7. Konsumen menilai bahwa lingkungan fisik yang ditawarkan oleh Hotel Bintang Mulia di Jember dapat dikategorikan baik.

Saran

Pihak manajemen Hotel Bintang Mulia di Jember harus memperhatikan setiap indikator bauran pemasaran jasa yang telah dilakukan selama ini. Penekanan perhatian terfokus pada variabel produk, harga dan promosi. Ketiga variabel ini masih mempunyai nilai yang cukup baik, sehingga pihak manajemen harus menggali informasi secara lebih detail lagi guna peningkatan nilai menjadi baik. Hal yang dapat dilakukan adalah memberikan pelayanan yang unik dibandingkan pada hotel berbintang yang lain, seperti budaya menyambut tamu dengan cara yang unik, pemberian *souvenir* kepada tamu sebagai ucapan terima kasih, menggunakan sarana dan media promosi yang lebih besar dan lebih menarik serta memberikan harga diskon yang lebih menarik pada acara-acara tertentu seperti pada saat promo Bulan Berkunjung ke Jember (BBJ).

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sekaran, Uma. 2005. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Soeratno dan Lincoln Arsyad. 1999. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kelima. Yogyakarta : Bina Rupa Aksara.