

**PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE DAN PRODUK TERHADAP
PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI DEPARTEMEN HOTEL JAVA
PARAGON SURABAYA**

Fitrotus Solekah

Dosen Perhotelan

Sekolah Tinggi Pariwisata Satya Widya Surabaya

Jl. Bendul Merisi Utara VIII/23 Surabaya

Email : fityri_fitrotus@yahoo.com

Abstract :

This study aims to analyze the effect of physical evidence and products simultaneously on the level of service in the Department of Java Paragon Hotel Front Office Surabaya and analyze the influence of physical evidence and products partially on the level of service in the Department of Java Paragon Hotel Front Office Surabaya. The object of this study is the Department of Java Paragon Hotel Front Office Surabaya. The variables used in this study are physical evidence and products in the Department of Java Paragon Hotel Front Office Surabaya. The minimum sample size in this study uses 68 Java Paragon hotel visitors in the city of Surabaya. The research can be concluded that physical evidence and products have a significant effect both simultaneously and partially on the level of service in the Java Paragon Hotel Surabaya. F value is 35.051 with a significance level of $0.000 < 0.05$. The results of the t test conducted for physical evidence variables are 2.105 with a significance value of $0.039 < 0.05$. As well as the results of the t test conducted for the product variable obtain a value of 4.531 with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Key word : Product, Visitor, Physical Evidence

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan Menganalisis pengaruh *physical evidence* dan produk secara simultan terhadap tingkat pelayanan di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya dan menganalisis pengaruh *physical evidence* dan produk secara parsial terhadap tingkat pelayanan di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya. Obyek penelitian ini adalah Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya. Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *physical evidence* dan produk yang ada di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya. Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan 68 pengunjung hotel Java Paragon di kota Surabaya. penelitian dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* dan produk berpengaruh secara signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap tingkat pelayanan di Hotel Java Paragon Surabaya. Nilai F sebesar 35,051 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Hasil uji t yang dilakukan untuk variabel *physical evidence* sebesar 2,105 dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Serta hasil uji t yang dilakukan untuk variabel produk memperoleh nilai sebesar 4,531 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Produk, Pengunjung, Physical Evidence

PENDAHULUAN

Bisnis hotel dan fasilitas akomodasi merupakan bisnis yang sangat menguntungkan dan *sustainable*/bertahan lama. Jika diamati arah pengelolaan hotel di Indonesia saat ini sudah mengalami pergeseran ke arah *mass tourism*. Dahulu, pembangunan hotel-hotel berkonsep sederhana, namun kini seiring berkembangnya konsep *mass tourism*, hotel dibangun dengan menggunakan lahan yang luas, bangunan bertingkat, jumlah kamar yang banyak, *mass service* (pelayanan secara masal), dan dekat dengan pantai, kini menjadi marak di pusat-pusat kota. Semakin maraknya bisnis hotel yang cukup bersaing menurut Kotler (2009), membuat arah pengelolaan fasilitas akomodasi dan pelayanan menuju pada konsep yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan produk dan fasilitas yang lengkap, nyaman dan berkualitas. terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya *physical environment* atau *evidence*, bauran pemasaran (Aziz, 2012).

Pelayanan yang dapat dirasakan pelanggan merupakan pengalaman yang sangat berguna untuk seorang konsumen, dimana pengalaman ini nantinya dapat digunakan manajemen perusahaan untuk sarana promosi dan marketing secara gratis dari seorang pelanggan itu sendiri. Produk baik jasa maupun barang yang ditawarkan harus senantiasa dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Guna menjaga kualitas dan konsistensi pemenuhan sebuah kebutuhan, barang maupun jasa memiliki atribut yang dapat dikembangkan dalam sebuah pemasaran. Konsep *mass service* jasa perhotelan berlomba-lomba membangun karakter dan nilai suatu perusahaan dengan mengkombinasikan bentuk gedung, ruangan, kebersihan dan lingkungan. Mengacu pada konsep baru tersebut beberapa manajemen perhotelan berorientasi pada kepuasan konsumen agar dapat terus bersaing dan berkembang dalam usahanya. Minat konsumen untuk memilih tersebut dapat dipadukan dengan keinginan masyarakat sekarang ini yang tidak hanya kenyamanan menginap saja, melainkan dengan tujuan menikmati hiburan (*entertainment*), *atmosphere* (respon emosional dan persepsi) ataupun desain (*style* dan *layout*) yang diberikan oleh manajemen hotel. Semakin tinggi ketiga faktor tersebut akan mempengaruhi konsumen dalam memilih penginapan. Menurut Tjiptono (2008), *physical evidence* merupakan bukti fisik dari jasa yang ditawarkan. Menurut Zeithalm, *et al* (2006), bukti fisik suatu perusahaan memegang peranan besar pada pelayanan suatu perusahaan. Berdasarkan karakteristik jasa yang tidak berwujud, konsumen mengalami kesulitan untuk menilai kualitas pelayanan yang disampaikan. *Entertainment* merupakan hiburan yang memberikan kesenangan bagi konsumen dengan disisipkan informasi tentang perusahaan, yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli dan menggunakan produk secara berkelanjutan. *Entertainment* dapat diukur, diantaranya: 1) *escapism* atau hiburan yang bertujuan membuat konsumen melupakan hal-hal yang tidak menyenangkan dan berfokus pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan; 2) *Fun to use* dapat diartikan untuk mempengaruhi konsumen senang dalam menggunakan produk yang ditawarkan; 3) *Exciting* merupakan tampilan dari hiburan yang didesain menarik. Selain faktor *physical evidence*, faktor produk perlu menjadi perhatian pihak pemilik jasa

perhotelan. Dengan memperhatikan atribut produk secara baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka hal tersebut akan dapat meningkatkan minat konsumen untuk menginap. Namun perlu diketahui bahwa pelanggan makin kritis dalam memenuhi kebutuhannya. Mereka memperhatikan faktor-faktor dalam mengambil keputusan. Menurut Tangkilisan (2007), kepuasan bisa bernilai positif dan negatif karena respon seorang pelanggan terhadap suatu evaluasi yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk yang dirasakan. Menurut Kotler (2009), suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba. Salah satu penggiat konsep ini adalah Hotel Java Paragon yang terletak di pusat kota Surabaya. Hotel Java Paragon merupakan salah satu hotel besar dan megah yang ada di jalan Mayjend Sungkono 101-103 Surabaya, Jawa Timur. Hotel ini melayani akomodasi dalam bidang penginapan. Akomodasi lain yang terdapat disekitarnya ialah pusat perbelanjaan yang terkenal. Hotel Java Paragon ini merupakan hotel dengan pelayanan bintang 4 dengan jumlah kamar sebanyak 290 unit, dengan beberapa jenis kamar, yaitu *superior room*, *deluxe room*, *executive floor superior*, *executive floor deluxe*, serta *executive suite room*. Fasilitas yang tersedia di Hotel Java Paragon Surabaya ini diantaranya adalah ruangan bar yang mewah, bar tepi kolam, restoran dan coffee shop, internet dan lain sebagainya. Untuk fasilitas di dalam kamar selain hunian yang nyaman, tamu juga mendapatkan pelayanan 24 jam, internet, televisi, laundry dan sebagainya.

Hotel Java Paragon yang terletak di pusat kota Surabaya menjadi ikon kota ini. Gedung yang menjulang tinggi dengan 21 lantai membuat terlihat secara kasat mata walaupun dari terminal bandara Juanda yang berjarak sekitar kurang lebih 20 km, dapat melihat gedung hotel Java Paragon dengan jelas. Dengan adanya layanan yang mewah dan memuaskan yang telah disebutkan, ditambah dengan tersedianya berbagai produk pelayanan yang menarik menjadikan hotel Java Paragon tidak pernah sepi penginap setiap harinya. *Atmosphere* dan desain menarik yang telah dimiliki oleh hotel Java Paragon memberikan bekal untuk dapat mempengaruhi konsumen yang datang, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan dan menikmati produk yang ditawarkan.

Penelitian mengenai *entertainment*, *atmosphere*, dan desain terhadap tingkat pelayanan masih relevan untuk dilakukan pengajian ulang, sehubungan dengan inkonsistensi hasil penelitian. Oleh karena itu, dilakukan penelitian ulang mengenai *physical evidence* (*entertainment*, *atmosphere*, dan desain) terhadap tingkat pelayanan untuk memilih hotel Java Paragon sebagai tempat menginap terbaik di kota Surabaya. Dalam penelitian ini akan kita uji dan amati pengaruh *Physical evidence* dan produk terhadap tingkat pelayanan di Hotel Java paragon Surabaya.

KAJIAN PUSTAKA

Layanan

Menurut Saleh (2010) menyatakan bahwa karakteristik pelayanan adalah sebagai berikut: 1) pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi 2) pelayanan itu kenyataannya terdiri dari

tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial; 3) produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi tempat yang sama.

Adapun jenis-jenis pelayanan yang diberikan oleh Java Paragon Hotel khususnya di departemen *front office* adalah sebagai berikut: 1) melayani *chek in* tamu melalui telepon maupun datang langsung ke hotel (*walk in*), 2) menerima pemesanan kamar/ *booking* (reservasi hotel secara *online*), 3) *guest relation officer*. Mengetahui kebutuhan pelanggan dan penanganan komplain pelanggan, 4) *bell boy*. Tersedia jasa pelayanan membukakan pintu, membantu membawakan barang ke kamar, membantu memesan tiket kereta api dan pesawat, 5) *valet service*. Memberikan jasa pelayanan memarkirkan dan mengambil mobil di tempat parkir. Melayani penjemputan tamu di bandara atau di stasiun kereta api.

Produk

Menurut Kotler (2009), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

Physical Evidence

Physical Evidence merupakan salah satu elemen yang terdapat dalam marketing. Menurut Zeithalm, Bitner dan Gremler (2006), *Physical Evidence* adalah lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi beserta dengan semua komponen lainnya yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa. Bukti fisik suatu perusahaan memegang peranan besar pada pelayanan suatu perusahaan. Berdasarkan karakteristik jasa yang tidak berwujud, konsumen mengalami kesulitan untuk menilai kualitas pelayanan yang disampaikan. Sebagai akibatnya, konsumen seringkali menyandarkan bukti-bukti nyata yang mengelilingi pelayanan untuk membantu konsumen dalam menilai kualitas pelayanan tersebut. Nugroho & Japarianto (2013) mengartikan *physical evidence* sebagai fasilitas pendukung. Fasilitas pendukung merupakan bagian dari pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (*independen*) dan satu variabel terikat (*tergantung*). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah *physical evidence* (X1), dan produk (X2). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menjadi pelanggan di Hotel Java Paragon Surabaya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pemilihan *sampling probability*. Teknik

pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner secara langsung (*direct approach*). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada langkah pengujian validitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan tersebut memiliki kevalidan atau kesahihan. Validitas (*Validity*) memperlihatkan seberapa baik sebuah teknik, instrumen atau proses mengukur (*measuring*), suatu konsep tertentu. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, semua butir pernyataan yang diajukan kepada responden adalah valid, dimana mempunyai nilai korelasi dari nilai probabilitas korelasi Sig. (2-tailed) < dari taraf signifikan (α) sebesar 0,05 (Sugiyono, 2012:121). Berikut disajikan hasil validitas penelitian:

1. Variabel *Physical Evidence* (X1)

Tabel 1. Variabel *Physical Evidence* (X1)

Indikator	Nilai Korelasi (Pearson Correlation)	Probabilitas Korelasi Sig. (2-tailed)	Hasil
PE1	0,594	0,000	Valid
PE2	0,672	0,000	Valid
PE3	0,697	0,000	Valid
PE4	0,677	0,000	Valid
PE5	0,759	0,000	Valid
PE6	0,711	0,000	Valid
PE7	0,736	0,000	Valid
PE8	0,783	0,000	Valid

Sumber: Data diolah

Berdasarkan sajian data yang terdapat dalam tabel 1 menunjukkan bahwa kedelapan pernyataan mengenai *Physical Evidence* (X1) memiliki nilai Sig. (2-tailed) < dari 0,05, sehingga hasil tersebut menunjukkan kedelapan pernyataan tersebut dinyatakan valid.

2. Variabel Produk (X2)

Validitas dari variabel produk (X2) dalam penelitian ini juga diuji kevalidannya untuk memastikan apakah data yang diperoleh dapat dilakukan pada tahap pengolahan selanjutnya atau tidak. Berikut hasil olah validitas untuk variabel produk (X2).

Tabel 2. Variabel Produk (X2)

Indikator	Nilai Korelasi (Pearson Correlation)	Probabilitas Korelasi Sig. (2-tailed)	Hasil
P1	0,529	0,000	Valid
P2	0,833	0,000	Valid
P3	0,716	0,000	Valid
P4	0,784	0,000	Valid

Sumber: Data diolah

Hasil olah data yang telah disajikan dalam tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Sig. (2-tailed) yang diperoleh variabel produk (X2) keempat pernyataannya < dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keempat pernyataan yang terkait dengan variabel produk (X2) dinyatakan valid.

3. Variabel Tingkat Pelayanan (Y)

Pada variabel dependen dalam penelitian ini yaitu variabel Tingkat Pelayanan (Y), diperoleh hasil uji validitas terhadap semua pernyataan terkait dengan Tingkat Pelayanan (Y) yang disajikan dalam tabel 3.

Tabel 3. Variabel Tingkat Pelayanan (Y)

Indikator	Nilai Korelasi (Pearson Correlation)	Probabilitas Korelasi Sig. (2-tailed)	Hasil
TP1	0,649	0,000	Valid
TP2	0,530	0,000	Valid
TP3	0,772	0,000	Valid
TP4	0,727	0,000	Valid
TP5	0,808	0,000	Valid
TP6	0,821	0,000	Valid
TP7	0,699	0,000	Valid
TP8	0,756	0,000	Valid
TP9	0,672	0,000	Valid

Sumber: Data diolah

Berdasarkan sajian data pada tabel 3, maka terlihat bahwa variabel Tingkat Pelayanan (Y) memperoleh nilai Sig. (2-tailed) < dari 0,05, sehingga hasil tersebut menunjukkan kesembilan pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan uji α (statistik *cronbach's alpha*) dengan ketentuan nilai $\alpha > 0,6$ merupakan nilai yang reliabel (Ghozali, 2006). Berikut adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Hasil
<i>Physical Evidence (X1)</i>	0,854	8	Reliabel
Produk (X2)	0,685	4	Reliabel
Tingkat Pelayanan (Y)	0,878	9	Reliabel

Sumber: Data diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* semua variabel yang meliputi variabel *Physical Evidence (X1)*, Produk (X2), dan Tingkat Pelayanan (Y) lebih kecil dari nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai *Cronbach's Alpha* variabel > 0,6, maka pernyataan tersebut dikatakan reliabel. Hasil yang telah diperoleh oleh kesemua variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian dapat dilanjutkan pada uji berikutnya.

Uji Determinasi Dengan F-Test

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji F pada tabel 5.

Tabel 5 Uji F-Test

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	870,529	2	435,264	35,051	0,000
Residual	807,162	65	12,418		
Total	1677,691	67			

Sumber: Data diolah

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : nilai sig < 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) H_a : nilai sig > 0,05, berarti menerima H_0 dan menolak H_a .

Pengujian hipotesis secara simultan (F) menghasilkan nilai F sebesar 35,051 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Physical Evidence* (X1) dan Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Pelayanan (Y) yang diberikan oleh Hotel Java Paragon Surabaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama dua variabel bebas yaitu *Physical Evidence* (X1) dan Produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Pelayanan (Y).

Persamaan Model Regresi

Pengujian dan perlakuan analisis regresi bertujuan untuk menjawab pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen penelitian. Dalam penelitian ini, regresi akan menunjukkan pengaruh dari variabel *Physical Evidence* (X1) dan Produk (X2) terhadap Tingkat Pelayanan (Y) baik secara simultan maupun secara parsial. Adapun hasil regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	7,515	3,541
	<i>Physical Evidence</i> (X1)	0,307	0,146
	Produk (X2)	1,202	0,265

Sumber: Data diolah

Berdasarkan sajian tabel 6 diketahui bahwa koefisien regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,515 + 0,307X_1 + 1,202X_2$$

Dimana:

- Y = Tingkat Pelayanan
- X1 = *Physical Evidence*
- X2 = Produk

Berdasarkan persamaan pada tabel 6 menunjukkan bahwa hasil nilai koefisien variabel *Physical Evidence* (X1) bernilai positif dengan nilai sebesar 0,307. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan yang searah antara variabel *Physical Evidence* (X1) terhadap Tingkat Pelayanan (Y). Artinya apabila *Physical Evidence* (X1) dari tingkat pelayanan dapat terlihat oleh orang lain, maka akan dapat meningkatkan

Tingkat pelayanan (Y) sebesar 0,307. Namun sebaliknya, apabila keberadaan suatu pelayanan dengan *Physical Evidence* (X1) tersebut tidak terlalu tampak oleh orang lain, maka akan dapat menurunkan Tingkat Pelayanan (Y) sebesar 0,307. Dengan asumsi variabel Produk (X2) bernilai konstan. Selanjutnya adalah nilai koefisien dari variabel Produk (X2) yang bernilai positif yaitu sebesar 1,202, dimana angka tersebut menunjukkan apabila terjadi perubahan yang searah antara variabel Produk (X2) terhadap Tingkat Pelayanan (Y). Artinya, jika keunggulan-keunggulan dari Produk (X2) dapat terlihat oleh orang lain, maka akan dapat meningkatkan Tingkat Pelayanan (Y) sebesar 1,202. Begitu juga sebaliknya, apabila kebaikan dalam Produk (X2) tersebut tidak terlalu tampak oleh orang lain, maka akan dapat menurunkan Tingkat Pelayanan sebesar 1,202. Dengan asumsi bahwa variabel *Physical Evidence* (X1) bernilai konstan.

Pengaruh *Physical Evidence* dan Produk Secara Simultan Terhadap Tingkat Pelayanan Di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya.

Pengujian hipotesis secara simultan (F) menghasilkan nilai F sebesar 35,051 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *physical evidence* dan produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat pelayanan pada Hotel Java Paragon Surabaya. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa adanya lingkungan fisik yang didukung dengan produk Hotel Java Paragon Surabaya yang menarik dapat memengaruhi tingkat pelayanan yang diberikan oleh Hotel Java Paragon Surabaya. Dengan meningkatnya tingkat pelayanan yang terdapat di bagian *front office* Hotel Java Paragon Surabaya, akan ikut memengaruhi kepuasan para tamu Hotel yang sedang berada diruangan tersebut. *Physical evidence* dari suatu ruangan merupakan salah satu penentu kenyamanan penghuni ruangan tersebut. Semakin baiknya segala aspek yang terkandung dalam *physical evidence* di dalam *front office* Hotel, akan mampu meningkatkan tingkat pelayanan dari Hotel Java Paragon Surabaya. Sedangkan produk yang baik adalah produk yang mampu dikenal oleh masyarakat baik secara kegunaannya maupun keberadaan dari produk tersebut. Hal ini juga terjadi pada Hotel Java Paragon Surabaya, dengan dikenalnya keunggulan-keunggulan yang ada di Hotel tersebut akan mengundang banyak orang untuk berminat menjadi tamu di Hotel Tersebut.

Terlebih lagi jika *physical evidence* dan produk yang masing-masing memiliki aspek yang menjadi keunggulannya dan telah dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas, akan mampu menunjang peningkatan pelayanan dari Hotel Java Paragon Surabaya. Dengan meningkatnya pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan akan menjadikan pelanggan merasakan kepuasan tersendiri ketika pelayanan yang diberikan sesuai bahkan melebihi espektasi para pelanggan. Sehingga, akan menjadikan loyalitas pada pelanggan dalam menggunakan jasa dari Hotel Java Paragon Surabaya. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Mowen dan Minor (2002), bahwa konsumen yang merasa puas, ditunjukkan melalui sikap setelah konsumen memperoleh dan menggunakan produk dan/atau jasa. Ini merupakan penelitian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut. Artinya, bahwa jika

pelayanan yang diberikan oleh Hotel Java Paragon Surabaya mampu memberikan pengalaman pembelian atau penggunaan jasa yang baik, maka pelanggan di suatu hari akan melakukan pengulangan atau menggunakan kembali jasa dari Hotel Java Paragon Surabaya sebagaimana pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Namun, jika Hotel tidak mampu memberikan pengalaman yang baik terhadap pelanggan, maka hal tersebut akan menjadikan pelanggan merasa kurang puas dan tidak akan melakukan pengulangan penggunaan jasa dari Hotel Java Paragon Surabaya.

Pengaruh *Physical Evidence* dan Produk Secara Parsial Terhadap Tingkat Pelayanan Di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah disajikan di atas, diperoleh hasil dari uji t yang dilakukan untuk variabel *physical evidence* sebesar 2,105 dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Perolehan hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima, dimana variabel *physical evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor *physical evidence* dengan segala aspek indikatornya mampu memengaruhi tingkat pelayanan dari Hotel Java Paragon Surabaya hingga mampu membentuk kepuasan pada pelanggan.

Hasil tersebut membuktikan bahwa *physical evidence* dalam perhotelan haruslah menjadi suatu pusat perhatian utama dari manajemen perhotelan. Sebagai suatu jasa yang tidak berwujud, menjadikan faktor *physical evidence* sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini dikarenakan dalam *physical evidence* terdapat beberapa indikator yang mampu menjadi daya tarik dan ciri khas dari Hotel Java Paragon. Adapun indikator tersebut diantaranya adalah hiburan (*entertainment*), *atmosphere* (respon emosional dan persepsi) ataupun desain gedung dan interior (*style* dan *layout*). Jika beberapa aspek tersebut tertata dengan rapi dan tersedia dengan baik sesuai dengan fungsi dan harapan pelanggan, akan mampu memberikan kesan baik yang akan berdampak pada tingkat pelayanan Hotel Java Paragon Surabaya hingga konsumen atau para pelanggan menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan. Pentingnya *physical evidence* ini juga didukung dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Zeithalm, *et al* (2006), dimana bukti fisik suatu perusahaan memegang peranan besar pada pelayanan suatu perusahaan. Berdasarkan karakteristik jasa yang tidak berwujud, konsumen mengalami kesulitan untuk menilai kualitas pelayanan yang disampaikan. Jadi dengan adanya aspek-aspek yang terdapat didalamnya tersebut akan memudahkan pelanggan yang merasakan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Java Paragon Surabaya untuk melakukan penilaian untuk memutuskan akan menggunakan kembali jasa tersebut atau justru tidak akan menggunakan kembali jasa tersebut.

Hasil temuan dalam penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dikutip dalam penelitian ini, diantaranya adalah sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aziz (2012), yang menyatakan bahwa *physical environment* berpengaruh positif dengan kepuasan tamu yang memperoleh hasil bahwa di antara variabel lingkungan fisik dan desain hotel memiliki pengaruh

terbesar pada loyalitas pelanggan dengan $p \leq 0,01$. Sedangkan hasil uji t untuk variabel produk memperoleh nilai sebesar 4,531 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Perolehan hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima, dimana variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor produk dengan segala aspek indikatornya mampu memengaruhi tingkat pelayanan dari Hotel Java Paragon Surabaya hingga mampu membentuk kepuasan pada pelanggan.

Menurut Tangkilisan (2007), kepuasan bisa bernilai positif dan negatif karena respon seorang pelanggan terhadap suatu evaluasi yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk yang dirasakan. Menyikapi hal tersebut, maka produk harus mampu memberikan kinerja yang baik untuk dapat menciptakan kepuasan tersebut. Untuk dapat menciptakan kepuasan pada pelanggan melalui produk, maka dari segi produk sendiri harus mampu memunculkan kelebihan dan keunggulan yang terdapat diproduk tersebut. Dengan ditonjolkannya keunggulan produk tersebut maka akan mampu menarik konsumen atau pelanggan untuk menikmati atau menggunakan produk tersebut. Sehingga, dengan demikian pelanggan akan merasakan keunggulan produk tersebut hingga pelanggan merasakan kepuasan atas pelayanan dari produk tersebut. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Kotler (2009), bahwa suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba. Oleh karena itu, apabila ingin melakukan peningkatan terhadap pelayanan atas produk yang dimiliki oleh Hotel Java Paragon Surabaya, maka *product knowledge* harus dikuasai dengan baik. Dengan dimilikinya *product knowledge* akan sangat membantu untuk menunjukkan keunggulan yang dimiliki oleh Hotel Java Paragon kepada pelanggan.

Hasil temuan dalam penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Ardianto (2012), yang menyatakan bahwa produk dan harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Al Muala dan Al Qurneh (2012), menyebutkan bahwa produk dan tempat yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa produk memang mampu atau dapat memengaruhi tingkat pelayanan yang diberikan oleh Hotel Java Paragon Surabaya untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden yang telah diolah dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* dan produk berpengaruh secara signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap tingkat pelayanan di Hotel Java Paragon Surabaya. Berikut adalah hasil penelitian sebagaimana dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini: *Physical evidence* dan produk berpengaruh secara simultan terhadap tingkat pelayanan di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan nilai F sebesar 35,051 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa adanya lingkungan fisik yang didukung dengan produk Hotel Java Paragon Surabaya yang

menarik dapat mempengaruhi tingkat pelayanan yang diberikan oleh Hotel Java Paragon Surabaya. Dengan meningkatnya tingkat pelayanan yang terdapat di bagian *front office* Hotel Java Paragon Surabaya, akan ikut memengaruhi kepuasan para tamu Hotel yang sedang berada diruangan tersebut. Kesimpulan secara simultan bahwa lingkungan fisik dan produk yang diberikan oleh Hotel Java Paragon telah memenuhi harapan pengunjung sehingga pengunjung merasakan kepuasan.

Physical evidence dan produk berpengaruh secara parsial terhadap tingkat pelayanan di Departemen *Front Office* Hotel Java Paragon Surabaya. Pernyataan tersebut terbukti dari hasil uji t yang dilakukan untuk variabel *physical evidence* sebesar 2,105 dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Serta hasil uji t yang dilakukan untuk variabel produk memperoleh nilai sebesar 4,531 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa faktor *physical evidence* dan faktor produk dengan segala aspek indikatornya secara parsial mampu memengaruhi tingkat pelayanan dari Hotel Java Paragon Surabaya hingga mampu membentuk kepuasan pada pelanggan. Kesimpulannya bahwa secara parsial bahwa faktor *physical evidence* yang terdiri dari *entertainment*, *atmosphere* dan desain terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Java Paragon Surabaya sudah memenuhi kebutuhan pengunjung. Selain itu dari sisi faktor produk yang terdiri dari merek, kemasan dan kualitas terhadap tingkat pelayanan yang diberikan pihak Hotel Java Paragon telah memenuhi kebutuhan pengunjung sehingga pengunjung merasakan kepuasan.

DAFTAR RUJUKAN

- Al Muala dan Al Qurneh.2012.Assesing The Relationship Between Marketing Mix And Loyalty Through Tourists Satisfaction in Jordan Creative Tourism Applied Science University & University Utara Malaysia.
- Ardianto,E.2012.Mengelola Aktiva Merek : Sebuah Pendekatan Strategis : Forum Manajemen Prasetya Mulya.No.67.p.34-39
- Aziz,N.2012.*The Effect of Physical enviroment's Innovativeness On The Relationship between Hosting Quality And Satisfaction In Hotel Services*.Internationa Journal of Trade Econoics and Finance. Vol.3.No.5,October 2012.
- Ghozali,I.2006.Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi kedua. Yogyakarta : Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P.2009. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*.Jakarta : Erlangga
- Mowen,J.C,Minor,M.2002.*Perilaku Konsumen*.Jilid 1.Edisi kelima.Jakarta : Erlangga.
- Nugroho,R dan Japarianto,E.2013. Pengaruh Product,Promotion, Place,Price,People, dan Physical EvidenceTerhadap Tingkat Kunjungan Di Coffee Cozies Surabaya.Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.Vol.1.No.2.1-9
- Saleh,A.M.2010.*Manajemen Pelayanan*.Jakarta : Pustaka Pelajar
- Sugiyono.2012.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta
- Tangkilisan.2007.*Manajemen Publik*. Jakarta : Grasindo
- Tjiptono,F.2008.*Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta :Andi Offset

Pengaruh Physical Eviden dan Produk terhadap Peningkatan Kualitas Layanan di
Departemen Hotel Java Paragon Surabaya | Fitrotus Solekah

Zeithalm, V.A.M.J.Bitner.2006.*Service Marketing*. Fourth Edition.Boston : Prentice
Hall Mc-Graw Hill