

**PENGARUH ASPEK KOMUNIKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
CITRA HOTEL MELALUI REVIEW ONLINE**

STUDI KASUS HOTEL GUNAWANGSA MANYAR SURABAYA

Cendelina Yuliana Muga Pinto¹, Anita Kartika Sari²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, STIE Mahardhika Surabaya

Email: cendelinapinto@gmail.com¹, anitakartikasari2019@gmail.com²

Abstrak

Pertumbuhan industri pariwisata berdampak pada berdirinya berbagai perusahaan di berbagai bidang industri, seperti sektor jasa, dalam hal ini termasuk industri perhotelan. Di era modern saat ini, sektor perhotelan merupakan sektor yang terus berkembang dan mengalami transformasi, terutama akibat perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi. Komunikasi antara karyawan dengan tamu atau pelanggan di sebuah hotel merupakan salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh penyedia jasa perhotelan.

Dalam industri perhotelan, komunikasi merupakan proses krusial yang melibatkan karyawan hotel dan tamu dalam bertukar informasi, memberikan layanan, dan secara langsung atau tidak langsung memenuhi kebutuhan tamu untuk menumbuhkan pengertian, kenyamanan, dan kebahagiaan selama kunjungan mereka.

Dalam sebuah bisnis perhotelan, ada beberapa hal yang tentunya menjadi tolak ukur bagaimana hotel tersebut menjadi salah satu hotel yang patut diperhitungkan dalam dunia bisnis. Hal tersebut diantaranya adalah komunikasi yang efektif dan juga kualitas pelayanan dari hotel tersebut. Kualitas komunikasi dan layanan yang diberikan oleh staf meja resepsionis merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan tamu dan reputasi hotel, Kemampuan layanan hotel untuk memenuhi atau melampaui harapan tamunya menjadikan kualitas layanan sebagai kriteria penting dalam industri perhotelan.

Untuk mengetahui bagaimana peran dan dampak yang bagaimana komunikasi yang efektif dan kualitas pelayanan yang baik, terhadap citra sebuah hotel dari review online yang telah diberikan oleh para tamu, penelitian dilakukan di salah satu hotel di Surabaya, yakni hotel gunawangsa manyar suarabaya, dalam penelitiannya metode yang dilakukanan adalah dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam quisioner yang berkaitan dengan komunikasi efektif dan kualitas pelayanan, sehingga dengan adanya hal ini memberikan sebuah dampak positif pada meningkatnya citra hotel gunawangsa manyar Surabaya di review online oleh para tamu yang sudah berkunjung.

Kata Kunci: Hotel, Komunikasi Efektif, Kualitas Pelayanan, Riview Online.

Abstract

The growth of the tourism industry has an impact on the establishment of various companies in various industrial fields, such as the service sector, in this case including the hotel industry. In today's modern era, the hotel sector is a sector that continues to grow and

undergo transformation, especially due to changes in lifestyle and technological advances. Communication between employees and guests or customers in a hotel is one of the activities often carried out by hotel service providers.

In the hospitality industry, communication is a crucial process that involves hotel employees and guests in exchanging information, providing services, and directly or indirectly fulfilling guests' needs to foster understanding, comfort, and happiness during their visit.

In a hotel business, there are several things that are certainly benchmarks for how the hotel becomes one of the hotels that should be considered in the business world. These include effective communication and also the quality of service from the hotel. The quality of communication and service provided by the reception desk staff is a major factor in determining guest satisfaction and the hotel's reputation. The ability of hotel services to meet or exceed guest expectations makes service quality an important criterion in the hotel industry.

To find out what role and impact effective communication and good service quality have on the image of a hotel from online reviews given by guests, the research was conducted at one of the hotels in Surabaya, namely the Gunawangsa Manyar Surabaya Hotel. In the research, the method used was to provide questions in a questionnaire related to effective communication and service quality, so that this has a positive impact on increasing the image of the Gunawangsa Manyar Surabaya Hotel in online reviews by guests who have visited.

Keywords: Hotel, Effective Communication, Service Quality, Online Reviews.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri pariwisata berdampak pada berdirinya berbagai perusahaan di berbagai bidang industri, seperti sektor jasa, dalam hal ini termasuk industri perhotelan, yang harus mampu mengimbangi perkembangan teknologi yang begitu pesat. (Santosa et al., 2019) Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor KM 37/PW.340/MPPT-86, "Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya

bagi umum yang dikelola secara komersial."

Di era modern saat ini, sektor perhotelan merupakan sektor yang terus berkembang dan mengalami transformasi, terutama akibat perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi. Komunikasi antara karyawan dengan tamu atau pelanggan di sebuah hotel merupakan salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh penyedia jasa perhotelan. Peningkatan pelayanan di industri perhotelan tidak dapat dipisahkan dari para penyedia jasa itu sendiri dan kegiatan pelayanan perhotelan yang dilakukan oleh para pelaku usaha tersebut.

Dalam industri perhotelan, komunikasi merupakan proses krusial yang melibatkan karyawan hotel dan tamu dalam bertukar informasi, memberikan layanan, dan secara langsung atau tidak langsung memenuhi kebutuhan tamu untuk menumbuhkan pengertian, kenyamanan, dan kebahagiaan selama kunjungan mereka. Dalam hal ini, meja resepsionis memegang peranan krusial dalam sektor perhotelan karena berfungsi sebagai wajah publik hotel dan kesan pertama dan terakhir yang didapatkan pengunjung. Kualitas komunikasi dan layanan yang diberikan oleh staf meja resepsionis merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan tamu dan reputasi hotel, menurut Wiwin Wachidyah (2023), yang menyatakan bahwa bagian kantor depan memegang peranan penting sebagai kesan pertama dan terakhir.

Kemampuan layanan hotel untuk memenuhi atau melampaui harapan tamunya menjadikan kualitas layanan sebagai kriteria penting dalam industri perhotelan. Hal ini melibatkan penyediaan layanan yang dapat diandalkan bagi tamu, memenuhi kebutuhan mereka dengan segera, menjamin kenyamanan dan keamanan mereka, memberikan perhatian individual, dan mendukung fasilitas fisik yang higienis, nyaman, dan

memadai. Tjiptono (2015) menjelaskan kualitas pelayanan sebagai kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Dalam layanan hotel, ini mencakup keramahan staf, kecepatan layanan, kebersihan, dan kenyamanan fasilitas.

Hotel Gunawangsa Manyar bintang lima ini terletak di kawasan utama di Surabaya, yaitu di Jl. Menur Pumpungan No. 62 Manyar Surabaya, yang dekat dengan pusat kota dan salah satu kawasan tersibuk di Surabaya Timur. Pendekatan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan efisien membuat hotel ini mampu bertahan dan bahkan berkembang dalam menghadapi persaingan ketat dari hotel-hotel sekelasnya.

Kini tersedia dengan harga yang terjangkau, Hotel Gunawangsa Manyar dapat ditemukan melalui sejumlah agen internet terpercaya sesuai kebutuhan Anda. Kesempatan untuk menikmati kenyamanan dan fasilitas Hotel Gunawangsa Manyar tanpa perlu khawatir soal uang berkat harga yang terjangkau dan akomodasi berkualitas tinggi dengan berbagai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan studi literatur juga pengumpulan data melalui cara kuisioner, tentu penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui dan juga menguji, bagaimana komunikais efektif dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap citra hotel yang bisa di sampaikan oleh para pengunjung atau tamu hotel pada linimasa dan melalukan review online terhadap hotel. Dengan adanya hal ini, para pekerja dan pemilik hotel dapat lebih memberikan sebuah pelayanan maksimal dan juga peningkatan standar juga mutu kualitas hotel terhadap para tamu sehingga menjadi salah satu hotel yang dapat diperhitungkan dalam industri perhotelan.

LANDASAN TEORI

Manajemen sumber daya manusia, atau disingkat SDM, adalah ilmu atau praktik mengelola hubungan dan fungsi sumber daya (tenaga kerja) secara efektif dan efisien yang dimiliki individu dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan bisnis, karyawan, dan masyarakat luas. Prinsip dasar manajemen sumber daya manusia adalah bahwa setiap karyawan adalah manusia, bukan sekadar mesin atau sumber daya komersial. Menurut Malay SP. Hasibuan, sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengelola hubungan dan tugas tenaga kerja agar dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat secara sukses dan efisien.

Menurut Bintoro dan Daryanto dalam jurnal ((Pinayungan, 2019) menyatakan bahwa “Manajemen sumber daya manusia yang disingkat MSDM adalah suatu ilmu atau metode untuk mengelola hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara optimal sehingga tujuan bersama dari perusahaan, karyawan dan masyarakat tercapai secara optimal.

Berdasarkan berbagai sudut pandang yang dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen sumber daya manusia berperan penting dalam memenuhi tuntutan sumber daya manusia, mulai dari perencanaan hingga pemutusan hubungan kerja karyawan, dengan tujuan membantu perusahaan mencapai tujuannya.

komunikasi efektif menjadi hal yang sangat penting bagi semua organisasi. Untuk memahami komunikasi dengan mudah, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai konsep-konsep dasar komunikasi. Menurut Robbins (1996), komunikasi adalah sebuah pengiriman makna kepada orang lain berbentuk lambang, simbol, atau bahasa-bahasa tertentu sehingga orang yang menerima informasi tersebut dapat memahami informasi yang diterimanya.

Komunikasi dalam konteks Layanan menduduki peranan yang sangat penting dan strategis, karena semua bentuk pelayanan publik memerlukan komunikasi, baik pelayanan dalam bentuk barang maupun pelayanan jasa. Kemampuan menjalin komunikasi yang baik dalam proses pelayanan publik tentu saja akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik itu sendiri. Sebaliknya, ketidakmampuan membangun komunikasi yang baik dalam proses pelayanan publik dapat mengakibatkan terjadinya bentuk pelayanan publik yang buruk.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai :The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions (Widjaja, 2009) Dari pernyataan ini dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau diperoleh (Wibowo, 2017) Layanan berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan karena klien yang bahagia memperhatikan kualitas layanan yang mereka terima,

terlepas apakah layanan tersebut memenuhi harapan mereka atau tidak (Sinollah & Masruro, 2019)

Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari penyedia layanan. Apabila kenyataan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan apabila kenyataan kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu (Parasuraman, 1990). Lima metode yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Parasuraman, 1990) yaitu: 1) Tangible (bukti fisik), 2) Reliability (keandalan), 3) Responsiveness (daya tanggap), 4) Assurance (keyakinan), 5) Emphaty (empati)

Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan, apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan atau tidak (Parasuraman, 1990). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus jauh lebih baik dari yang diharapkan agar pelanggan tidak kecewa. Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan metode servqual, yaitu istilah dari service quality yang telah

dikembangkan oleh Pasuraman, Zethaml, dan Berry (Pasuraman,1990).

Kesan atau anggapan yang dimiliki pengunjung (atau masyarakat umum) terhadap sebuah hotel dikenal sebagai "citra" hotel tersebut. Citra tersebut merupakan citra yang terbentuk dalam benak dari pengalaman, pengetahuan, dan persepsi terhadap hotel tersebut. Pilihan atau rekomendasi tamu terhadap sebuah hotel dapat dipengaruhi oleh citra hotel tersebut, yang dapat bersifat netral, negatif, atau positif.

Citra sebuah hotel dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti:

- **Kualitas layanan:** Kesan positif dapat dihasilkan oleh karyawan hotel yang ramah, efektif, dan responsif.
- **Kualitas fasilitas:** Reputasi hotel dapat ditingkatkan dengan kamar-kamar yang rapi, nyaman, dan berperabotan lengkap.
- **Lokasi:** Hotel yang strategis dan mudah diakses dapat menarik perhatian tamu.
- **Harga:** Penetapan harga berdasarkan nilai juga berdampak pada reputasi hotel.
- **Reputasi:** Reputasi hotel dapat dibentuk oleh pengalaman pengunjung sebelumnya,

rekomendasi teman, dan ulasan internet.

- **Branding:** Citra merek dan nilai-nilai yang ingin disampaikan hotel juga berperan dalam membentuk citra tersebut.
- **Pengalaman tamu:** Jika semua hal dipertimbangkan, menginap di hotel yang memuaskan akan meningkatkan reputasi seseorang.

Citra hotel yang positif dapat membantu perusahaan dalam beberapa cara, termasuk:

- Meningkatkan tingkat hunian kamar;
- Meningkatkan kebahagiaan dan loyalitas pengunjung.
- Meningkatkan pendapatan hotel;
- Meningkatkan reputasi hotel secara umum.

Oleh karena itu, untuk menjamin kelangsungan perusahaan dan keberhasilan jangka panjang, manajemen hotel harus memperhatikan dan menjaga citra hotel secara efektif.

Kata 'hotel' berasal dari bahasa Prancis kuno, yakni 'hostel'. Hostel berarti tempat penampungan untuk pendatang. Hostel dapat juga berarti bangunan penyedia pondokan dan makanan untuk umum. Beberapa ahli mengemukakan

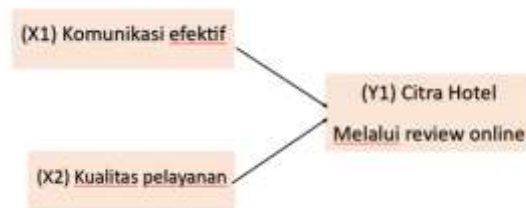
pendapatnya tentang pengertian hotel diantaranya :

Hotel merupakan sarana yang menyediakan jasa layanan penginapan sementara untuk tamu, industri perhotelan juga tidak hanya terbatas pada penyediaan tempat menginap namun tersedia juga makanan, minuman dan berbagai fasilitas hiburan seperti gym, kolam renang serta penunjang pelayanan yang bertujuan memberikan rasa nyaman dan kepuasan kepada tamu.

Gunawangsa Manyar Hotel adalah hotel bintang 3 yang terletak di Surabaya, Indonesia. Hotel ini menawarkan pengalaman menginap yang menyenangkan dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan. Dengan lokasinya yang strategis, Gunawangsa Manyar Hotel hanya berjarak 20 menit dari bandara. Hotel ini juga memiliki 90 kamar yang nyaman dan modern untuk para tamu. Dibangun pada tahun 2012, Gunawangsa Manyar Hotel menawarkan kenyamanan dan kemudahan bagi para tamu yang menginap. Waktu check-in di Gunawangsa Manyar Hotel dimulai dari pukul 02:00 PM, sementara waktu check-out hingga pukul 12:00 PM. Selain itu, hotel ini juga memiliki kebijakan anak yang memungkinkan anak-anak berusia 0 hingga 12 tahun menginap secara gratis. Dengan

fasilitas dan layanan yang lengkap, Gunawangsa Manyar Hotel adalah pilihan yang sempurna untuk menginap di Surabaya.

1. Kerangka Konseptual



Sumber : Analisis Pribadi

H0: Komunikasi Efektif Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Citra Hotel di Review Online

H1: Terdapat Pengaruh Komunikasi Efektif Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Citra Hotel di Review Online

H2: Pengaruh Komunikasi Efektif Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Citra Hotel di Review Online

H3: Komunikasi Efektif Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Citra Hotel di Review Online.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Denzin & Linclon (1994), penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang menggunakan berbagai pendekatan kontemporer dalam latar alami dengan

tujuan memahami peristiwa yang muncul (Sabrina et al., 2021)

Penafsiran ini mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai studi yang membuat dokumentasi tertulis atau lisan tentang fenomena sosial, seperti meringkas peristiwa dan kegiatan, dengan tujuan mengumpulkan data secara hati-hati dan menyeluruh menggunakan berbagai metode ilmiah.

Populasi Dalam penelitian, populasi adalah keseluruhan objek atau individu yang menjadi sasaran penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian kecil populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi. Dengan kata lain, sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti untuk mengumpulkan data yang dapat diterapkan pada keseluruhan populasi.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah costumer atau tamu yang sudah pernah dan check out di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Karena jumlah populasi yang cukup besar dan tidak diketahui, maka dalam penelitian ini responden akan melakukan pengisian quisioner yang akan di sebar oleh peneliti terkait dengan isu atau pemnhasan yang di bahas yakni standar komunikasi dan kualitas pelayanan.

Sampel dalam penelitian adalah Jumlah dan kualitas yang dimiliki oleh orang-orang tercermin dalam sampel. Peneliti dapat memanfaatkan sampel yang diambil dari populasi jika populasi terlalu besar untuk mempelajari semuanya (misalnya, waktu, tenaga, dan uang) (Sugiyono, 2016:81).

Metode sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode probability sampling yang oleh Sugiyono (2016:82) diartikan sebagai suatu strategi pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Hanya sebagian kecil dari populasi yang dipilih untuk diteliti. Yakni adalah para costumer hotel yang bisa dimintai ijin untuk dapat mengisi quisioner yang di minta oleh Staff Hotel

Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan Quisioner, Dimana Quisioner tersebut bersifat tertutup. Quisioner bersifat tertutup adalah sebuah Quisioner yang pertanyaannya sudah memiliki jawaban, sehingga responden tidak memiliki kesempatan untuk memberikan pendapat lain terkait pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

Penyebaran Quisioner penelitian dilakukan secara online, yakni penyebaran menggunakan google form dari pertanyaan

yang sudah disiapkan peneliti tentang Komunikasi Efektif dan Standar Pelayanan. Quisioner diberikan pada para Tamu yang sudah dan pernah berkunjung juga melakukan aktivitas di Hotel Gunawangsa Manyar.

Skala Likert adalah skala dengan empat tingkat respons yang menunjukkan seberapa besar responden setuju dengan pernyataan atau pernyataan yang disampaikan dengan menggunakan alternatif jawaban yang tersedia. Sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial diukur dengan menggunakan skala Likert. Variabel yang akan diukur didefinisikan dengan menggunakan skala Likert sebagai dasar untuk membuat item instrumen, yang dapat berbentuk pertanyaan.

Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut

Tabel Skala Likert :

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber gambar : Analisis Pribadi

Variabel Penelitian

- Variabel Independent (X)
 Dalam jurnal (Tania Pratiwi & Setiawan, 2018) dijelaskan bahwa Variabel

independent merupakan variabel yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat maupun variabel terikat. Sugiyono (2019:61) mendefinisikan variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi, menimbulkan, atau mengakibatkan terbentuknya variabel terikat. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Komunikasi Efektif dan Kualitas Pelayanan

- Variabel Dependet (Y)
 Sugiyono (2019:39) menyatakan bahwa variabel output, kriteria, dan konsekuensi merupakan sebutan umum untuk variabel dependen. Variabel-variabel tersebut sering disebut sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil dari keberadaan variabel independen disebut sebagai variabel terikat. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Citra Hotel Melalui Review Online

- **Hubungan Variabel X dan Y**
 Variabel X dan Y berhubungan secara langsung. Dimana semakin tinggi dan baiknya X1 dan X2 akan secara langsung mempengaruhi Y1.

Dalam pengertiannya jika komunikasi efektif dan kualitas pelayanan semakin tinggi dan baik, maka cinta hotel pun akan semakin baik dan bisa mempengaruhi bagaimana tindak lanjut

para tamu untuk melakukan review atau penilaian online di linimasa dari hotel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

• Karakteristik Responden

Dalam penelitian dan hasil quisioner yang disebarakan melalui google form, terdapat kurang lebih adanya 100 resnponden dengan karakteristik berdasarkan usia dan jenis kelamin yakni sebagai berikut:

Tabel usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	17-25thn	54	54%
2	25-35thn	27	27%
3	35-45thn	13	13%
4	45 ke atas	6	6%
	Total	100	100%

Data Primer (kuesioner) di olah 2025

Selanjutnya terdapat juga pembagian responden berdasarkan jenis kelamin yakni:

Tabel Usia Responden :

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	48 org	48%
2	Perempuan	52 org	52%
	Total	100	100%

• Uji Validitas dan Reabilitas

Dalam penelitiannya (Yusuf, 2021) menjelaskan bahwa Kesamaan antara data yang diberikan peneliti dengan data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian merupakan uji validitas, menurut

Validitas suatu kuesioner, paling tidak, dinilai menggunakan uji validitas. Apabila pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dapat menggambarkan dengan tepat apa yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid.

Sugiyono (2016:177) mendefinisikan validitas sebagai derajat ketepatan antara data yang diperoleh peneliti dengan data sebenarnya yang terjadi pada objek. Untuk menentukan validitas suatu item, kita mengkorelasikan skor item dengan jumlah item secara keseluruhan. Item dikatakan valid jika koefisien korelasi antara item dengan keseluruhan item sama dengan atau lebih dari 0,3; jika kurang dari 0,3, item tersebut dianggap tidak valid.

• Uji Korelasi

(Handianto, 2023) menjelaskan bagaimana pendekatan korelasi dapat digunakan untuk menilai hipotesis dalam penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini digunakan korelasi Pearson Product Moment (r). Kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat diketahui dengan menggunakan uji korelasi.

Table 2 Hasil uji Korelasi untuk variabel X1 Komunikasi

Variabel	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Komunikasi
X1.1	1	0.747**	0.665**	0.736**	0.631**	0.868**
X1.2	0.747**	1	0.723**	0.695**	0.707**	0.888**
X1.3	0.665**	0.723**	1	0.729**	0.678**	0.872**
X1.4	0.736**	0.695**	0.729**	1	0.686**	0.884**
X1.5	0.631**	0.707**	0.678**	0.686**	1	0.846**
Komunikasi	0.868**	0.888**	0.872**	0.884**	0.846**	1

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 26 2025

Tabel 3 Hasil Korelasi kualitas pelayanan (X2)

Variabel	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Pelayanan
X2.1	1	0.737**	0.644**	0.599**	0.615**	0.824**
X2.2	0.737**	1	0.776**	0.702**	0.637**	0.882**
X2.3	0.644**	0.776**	1	0.771**	0.738**	0.903**
X2.4	0.599**	0.702**	0.771**	1	0.740**	0.878**
X2.5	0.615**	0.637**	0.738**	0.740**	1	0.862**
Pelayanan	0.824**	0.882**	0.903**	0.878**	0.862**	1

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 26 2025

Tabel 4 Hasil korelasi Citra Hotel (Y)

Variabel	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Citra Hotel
Y1	1	0.742**	0.691**	0.638**	0.618**	0.857**
Y2	0.742**	1	0.778**	0.607**	0.652**	0.869**
Y3	0.691**	0.778**	1	0.692**	0.668**	0.880**
Y4	0.638**	0.607**	0.692**	1	0.773**	0.860**
Y5	0.618**	0.652**	0.668**	0.773**	1	0.859**
Citra Hotel	0.857**	0.869**	0.880**	0.860**	0.859**	1

Sumber: hasil IBM SPSS Statistic 26 2025

Dari hasil uji validitas untuk setiap pertanyaan pada variabel X1,X2 dan Y dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid,

Dimana bisa dilihat adanya tanda ** pada setiap variabel nya

Tabel 5 Hasil uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.963	15

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Chronbach Alpha dikatakan $0.963 > 0,60$ (nilai batas) yang menunjukkan bahwa setiap variabel X1,X2 dan Y reliabel dan dapat melanjutkan di uji yang berikutnya.

• Uji Deskriptif

Tabel 6 hasil uji deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komunikasi	100	5	20	15.96	3.676
Pelayanan	100	5	20	16.31	3.428
Citra Hotel	100	5	20	16.11	3.351
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil IBM SPSS Statistic 26 2025

Dari hasil dateb diatas dapat diinterpretasikan untuk tiap variabelnya yaitu

1. Variabel Komunikasi (X1)

Untuk variabel komunikasi hasil reponden kuesioner sebanyak 100, hasl minimum sebesar 5 dan maksimum sebesar

20. Untuk nilai mean 15.96 dan std. Deviation 3.676

2. Variabel X2 Pelayanan

Untuk variabel pelayanan hasil reponden kuesioner sebanyak 100, hasl minimum sebesar 5 dan maksimum sebesar

20. Untuk nilai mean 16.31 dan std. Deviation 3.428.

3. Variabel Y Citra Hotel

Untuk variabel Citra Hotel hasil reponden kuesioner sebanyak 100, hasl minimum sebesar 5 dan maksimum sebesar 20. Untuk nilai mean 16.11 dan std. Deviation 3.351.

• Uji Korelasi

Tabel 7. Hasil Korelasi

Corelations				
komunikasi		Komunikasi	Pelayanan	Citra Hotel
	Pearson Corelatin	1	.798**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000

Sumber: hasil IBM SPSS Statistics 26 2025

	N	100	100	100
pelayanan	Pearson Corelatin	.798**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Citra Hotel	Pearson Corelatin	.815**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Pada tabel 7 hasil korelasi antara variabel X dan Y dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y saling berkorelasi Dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 dengan interpretasinya sebagai berikut

- Variabel Komunikasi X1
 $0.815 < 0.196$ dinyatakan berkorelasi dengan Y
- Variabel Pelayanan X2
 $0.820 < 0.196$ dinyatakan berkorelasi dengan Y

Tabel 8 hasil dari uji Regresi Linier Beganda atau SEM

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.157	.874		2.466	.012
Komunikasi	.407	.076	.446	5.374	.000
Pelayanan	.458	.081	.468	5.638	.000

Sumber: Hasil IBM SPSS Statistic 26 2025

- Dependendant Variable: Citra Hotel
 Berdasarkan tabel diatas nilai konstanta atau a sebesar 2.157, konstanta variabel komunikasi sebesar 0.407 dan konstanta variabel pelayanan sebesar 0.458

sehingga dapat diperoleh regresi linear beganda sebagai berikut:

$$Y = 2.157 + .0407X_1 + 0.458X_2 + e$$

Yang berarti:

- Nilai konstanta Citra Hotel (Y) sebesar 2.157 yang menyatakan jika variabel X1 dan X2 sama sengan nol yaitu komunikasi dan pelayanan maka Citra Hotel sebesar 2.157
- Koefisien X1 sebesar 0.407 yang berarti setiap terjadi peningkatan variabel X1 sebesar 1% maka Citra Hotel akan meningkat sebesar 0.407 (40.7%) dan sebaliknya jika terjadi penurunan 1% maka Citra hotel menurun 0.407 (40.7%)

Koefisen X2 sebesar 0.458 sebesar 0.468 yang berarti setiap terjadi peningkatan sebesar 1% maka Citra Hotel akan meningkat sebesar 0.460 (46%) dan sebaliknya jika terjadi penurunan 1% maka Citra hotel menurun 0,460 (46%)

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa aspek komunikasi dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap pembentukan citra hotel, terutama melalui ulasan tamu di media digital. Interaksi yang dilakukan oleh staf hotel, apabila dilakukan secara

profesional, ramah, dan komunikatif, mampu meningkatkan kepuasan tamu serta memperkuat citra positif hotel. Di samping itu, mutu pelayanan yang baik termasuk kecepatan, ketepatan, dan keramahan juga menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi tamu. Review online menjadi saluran penting bagi tamu dalam menyampaikan pengalaman mereka, dan hal tersebut secara tidak langsung membentuk citra hotel di mata publik. Oleh karena itu, komunikasi dan pelayanan yang optimal tidak hanya memengaruhi pengalaman tamu secara langsung, tetapi juga memperkuat reputasi hotel secara luas melalui kontribusinya terhadap review online.

DAFTAR PUSTAKA

- (Pinayungan, 2019). (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Handianto, A. (2023). 3.2.2. *Sampling dan Sampel Penelitian.* 44–53.
- Sabrina, A., Ridwan, I. R., & Susilawati, S. (2021). Analisis Penggunaan Media Audio Visual Pada Studi Ilmu Pengetahuan Sosial Untuk Meningkatkan Hasil Studi Siswa Di Kelas Iv Sekolah Dasar. *Didaktika,*

1(2), 274–282.

<https://doi.org/10.17509/didaktika.v1>

i2.34473

Santosa, S., Novianti, R., Yanneri, Djuniardi, D., Ira, & Fidhalis. (2019). Manajemen Pendidikan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.

Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.

Tania Pratiwi, R., & Setiawan, I. (2018). *Organizational Citizenship Behavior*. 559–565.

<https://doi.org/10.5220/00068895055>

90565

Yusuf, F. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ms Glow Bekasi. *Metode Penelitian*, 32–41.

<http://repository.stei.ac.id/5410/>