

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL SABRINA BUDGET TRAVELER PEKANBARU

Oleh:
Aberian Partamo Azri¹ & Ruzikna²

aberian001@gmail.com

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya KM 12,5 Simpang Baru Panam Pekanbaru 2829

Abstract

Service Quality is how far the difference between reality and expectations of consumers with the services they received or acquired. loyalty is described as the desire of consumers to subscribe to the company continuously, buying and using products and services repeatedly, and recommend the company's products to others. Under these conditions, a hospitality service company to be able to provide quality service to its customers, in order to create customer satisfaction that will lead the customer will be loyal to the products or services at the company.

This research was conducted at Sabrina Budget Traveler Hotel Pekanbaru is located on the road Tuanku Tambusai Paninsula Complex Block c3, Pekanbaru. The purpose of this research was conducted to determine the effect of service quality on customer loyalty on Sabrina Budget Traveler Hotel Pekanbaru.

In this research methodology is descriptive and quantitative with SPSS, where samples were used that customer Sabrina Budget Traveler Hotel Pekanbaru is a minimum stay of more than two times and as a source of information is the General Manager, Supervisor, and Front office. To determine the sample using the formula Slovin, sampling with purposive sampling method. Data collection through questionnaires and interviews.

From the results of data analysis includes test validity, reliability, and simple linear regression, the quality of service in this study included five components of both the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and caring. Each one has an indicator interrelated and positive effect on customer loyalty Sabrina Budget Traveler Hotel Pekanbaru.

Keywords: *Service Quality, Customer Loyalty*

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang pesat, yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi semakin meningkat, berpengaruh terhadap persaingan bisnis di seluruh belahan dunia. Hal ini juga berdampak pada Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Perkembangan industri di Indonesia juga sangat meningkat, khususnya industri pada sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata yang merupakan salah

satu industri yang menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Indonesia memiliki banyak objek pariwisata yang mampu menarik minat turis asing untuk berkunjung dan berwisata.

Hotel merupakan salah satu sarana pokok yang memegang peranan penting dalam industri pariwisata karena hotel menyediakan sarana akomodasi, dan pelayanan bagi para wisatawan. Melihat adanya peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan dalam bidang pariwisata,

maka banyak perusahaan yang berminat melakukan usaha di bidang jasa penginapan dan mewujudkannya dengan mendirikan bermacam-macam hotel, mulai dari hotel mewah sampai dengan penginapan biasa.

Pekanbaru merupakan kota yang sedang berkembang, sehingga banyak bermunculan bisnis jasa perhotelan mulai dari bisnis berskala kecil hingga bisnis berskala besar dengan bermacam akomodasi dan fasilitas serta pelayanan. Semakin membaiknya kondisi ekonomi di Pekanbaru menyebabkan suatu perubahan dalam selera konsumen dimana konsumen akan semakin menuntut untuk mendapatkan suatu pelayanan yang berkualitas dari suatu perusahaan jasa perhotelan. Hal ini merupakan suatu masalah yang harus diselesaikan perusahaan jasa perhotelan untuk dapat menarik minat konsumen. Banyaknya perusahaan jasa perhotelan yang bermunculan menyebabkan persaingan antar hotel untuk menarik konsumen semakin ketat. Keadaan ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi pengusaha perhotelan untuk memenangkan persaingan. Dimana untuk menarik minat konsumen yang mengharapkan suatu pelayanan yang berkualitas, maka perusahaan jasa perhotelan harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai yang diharapkan konsumennya. Ini tentu tidak akan mudah dimana perusahaan jasa perhotelan lain juga melakukan hal yang sama

Meningkatnya persaingan antar hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Suatu perusahaan jasa perhotelan dapat dikatakan sukses apabila sudah mampu memberikan service atau pelayanan yang dapat memenuhi atau melebihi dari harapan konsumen (**Kotler (2002:83)**). Kualitas Pelayanan (service quality) merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan oleh suatu usaha perhotelan, karena perhotelan

merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang tidak mudah pengelolaannya dalam memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik bagi tamu-tamunya. Menurut **Kotler (2002:83)** dalam meningkatkan kualitas ada beberapa elemen yang harus diperhatikan oleh suatu hotel, yaitu ;kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan ;serta kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis (**Tjiptono, 2000 : 105**). Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru merupakan hotel berbintang 1 yang berlokasi di Jl. Tuanku Tambusai Pekanbaru, merupakan hotel yang termasuk dalam kategori menengah. Hotel ini memiliki identitas gradasi warna yang sangat unik dan menarik yakni warna ungu, hijau dan oranye, warna-warna ini juga menunjukkan perbedaan tipe kamar. Pelayanan pada Hotel Sabrina Budget Traveler sendiri cukup baik, seperti adanya bell boys yaitu pelayan yang membawakan barang tamu, serta dalam melayani tamu para karyawan Hotel Sabrina Budget Traveler lebih bersahabat dengan

memanggil nama tamu jika berkomunikasi.

Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru dijadikan objek pada penelitian ini karena adanya masalah yaitu belum tercapainya target penjualan kamar pada 5 (lima) tahun terakhir. Ditengah persaingan antar hotel berbintang yang semakin ketat, maka Hotel Sabrina Budget Traveler harus mampu mempertahankan pelanggannya agar tidak berpaling ke perusahaan jasa perhotelan lainnya. Salah satu cara yang harus dilakukan yaitu dengan mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanannya guna menjaga kestabilan peningkatan penjualan kamar tersebut.

Tabel I.2
Perkembangan Jumlah Penjualan Kamar pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru Tahun 2010 – 2014

Tahun	Jumlah Kamar	Target Penjualan Kamar	Jumlah Kamar Terjual	Persentase
2010	81	24.500	20.825	85%
2011	81	26.000	23.400	90%
2012	81	27.500	25.575	93%
2013	81	29.000	27.260	94%
2014	81	30.500	28.060	92%

Sumber : Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru

Dari tabel I.2 diatas dapat disimpulkan bahwasannya perkembangan jumlah penjualan kamar pada Hotel Sabrina Budget Traveler meningkat setiap tahunnya, namun jika dilihat dari persentasenya menunjukkan adanya ketidakstabilan dan belum ada yang mencapai target. Hal ini diduga karena kualitas pelayanan yang tidak efektif. Melihat kondisi yang ditemukan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru ini penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL SABRINA BUDGET TRAVELER PEKANBARU”**.

2. Perumusan Masalah

Setiap hotel bersaing untuk mendapatkan konsumen yang berloyalitas tinggi, salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam upaya melaksanakan peningkatan kualitas pelayanannya, suatu hotel seringkali menghadapi permasalahan. Salah satunya yaitu perkembangan selera konsumen, ini terlihat dengan adanya harapan-harapan konsumen yang semakin berkembang seiring dengan bertambahnya wawasan dan semakin banyaknya informasi yang di terima konsumen serta semakin bertambahnya pengalaman konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah yaitu **“Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru?”**.

3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru ?
- Untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru ?
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru ?.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- Manfaat akademis :
 - 1) Penelitian ini berguna untuk pengembangan ilmu terutama pada bidang manajemen pelayanan.
 - 2) Sebagai masukan kepada mahasiswa maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam menambah wawasan dan keilmuan khususnya menyangkut tentang kualitas pelayanan pada hotel.

- b) Manfaat praktis :
- 1) Secara praktis penelitian ini bermanfaat bagi Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru dan bahan masukan dan informasi dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan loyalitas pelanggan di masa yang akan datang.
 - 2) Hasil penelitian ini merupakan bahan pertimbangan dan informasi bagi pihak perusahaan untuk melakukan penelitian loyalitas pelanggan dan evaluasi kualitas pelayanan yang selama ini diadakan, dan juga merupakan bahan masukan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

II. KONSEP TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas atau mutu produk perlu mendapatkan perhatian dari manajemen, sebab kualitas mempengaruhi hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Kualitas merupakan sesuatu yang harus dikerjakan sebaik-baiknya sesuai dengan prosedur dan aturan. Jika dilihat dari sisi produsennya, kualitas merupakan suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Strategi ini menggunakan seluruh sumber daya, manajemen, modal, teknologi, peralatan, material, system dan manfaat masyarakat serta memberi manfaat kepada para pemegang saham (Ibrahim, 1997 : 1).

Menurut Kotler (2002), jasa atau layanan merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain dan padadarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu. Kualitas pelayanan seperti yang dikatakan oleh Parasuraman et al. (Lupiyoadi, 2006 : 148) dapat didefinisikan yaitu : “Seberapa jauh perbedaan antara

kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh”.

Parasuraman Zeithaml dan Berry (1985) dalam Tjiptono (2001: 70) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi dari ServQual (ServiceQuality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

- a) *Tangibles* (Bukti Fisik) merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.
- b) *Reliability* (Keandalan) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu.
- c) *Responsiveness* (Daya Tanggap) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- d) *Assurance* (Jaminan) merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
- e) *Emphaty* (Kepedulian) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Loyalitas Pelanggan

Dalam strategi pemasaran salah satu konsep yang sangat penting dan sasaran yang ingin dicapai adalah loyalitas merek yaitu bagaimana meraih pelanggan/konsumen yang loyal atau setia terhadap produk atau jasa (loyalitas pelanggan). Karena pada dasarnya mempertahankan loyalitas terhadap merek dari pelanggan menjadi hal penting untuk kelangsungan hidup produk/ jasa. Dan ini menjadi strategi yang lebih efektif dari pelanggan baru. Disamping itu juga telah dipikirkan

bahwa biaya untuk menarik pelanggan baru secara enam kali lebih besar dari pada mempertahankan pelanggan yang telah ada. Salah satu atribut terpenting dalam menciptakan loyalitas adalah pelayanan.

Pelanggan menurut **Tony Wijaya (2011: 69)**, adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan kita) untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan kita.

Oliver dalam **Hurriyati (2005: 128)**, mengungkapkan definisi Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Dimensi dari loyalitas pelanggan menurut **Kotler dan Keller (2009)** adalah sebagai berikut:

- 1) *Word of mouth* adalah kegiatan promosi yang melakukan promosi melalui saluran pembicaraan atau lebih dikenal dari mulut ke mulut.
- 2) *Reject another* adalah menolak ajakan atau bujukan dari perusahaan lain untuk bergabung ke perusahaannya
- 3) *Repeat purchasing* adalah melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk yang akan di konsumsinya.

Teknik Pengukuran

Penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert (5:4:3:2:1). Skala Likert adalah pengukuran sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju, suka atau tidak suka, baik atau tidak baik terhadap suatu objek, subjek dan kaejadian tertentu (**Sugiyono, 2009**). Skor jawaban responden terhadap kualitas pelayanan terdiri dari sangat baik, cukup baik, baik, kurang baik, dan tidak baik.

III. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru tepatnya pada Hotel Sabrina Budget Traveler, yang berlokasi di Jl. Tuanku Tambusai(Nangka) Komplek Paninsula blok c3. Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru dipilih sebagai lokasi penelitian karena adanya masalah dimana letak atau lokasi hotel yang berada dipusat kota yang pastinya terdapat banyak hotel berbintang, maka akan sangat sulit untuk mempertahankan pelanggan dan juga terdapat masalah yaitu penjualan kamar dalam 5 tahun terakhir belu mencapai target.

2. Populasi dan Sampel.

a. Populasi

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu pengunjung Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru. Tercatat tamu yang menginap di awal tahun 2014 sampai akhir tahun 2014 sebanyak 28060 orang.

b. Sampel

Merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi, yaitu pelanggan yang telah menginap di Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan dalam penelitian ini. (dalam penelitian ini digunakan 10% atau 0,1).

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{28060}{1+28060 \times 0,1}$$

$$= 99,9 \text{ (di genapkan menjadi 100).}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (yang menginap di Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru).

3. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis yaitu:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari responden di lokasi penelitian dan diolah agar penulis memperoleh data sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data dan informasi dari perusahaan atau laporan yang dibuat oleh perusahaan seperti : jumlah kamar, sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan aktivitas perusahaan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Kuisioner

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2004:135).

b. Wawancara

Berkomunikasi secara langsung dengan manajer hotel atau yang mewakili untuk melengkapi kuisioner yang telah diajukan yang mungkin belum jelas. Dalam penelitian ini, key informant atau pemberi informasi dari pihak hotel adalah supervisor yang mewakili manajer hotel.

5. Analisis Data

Data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- **Analisis Deskriptif**

Analisis data yang masuk dengan cara dikelompokkan dalam bentuk table, kemudian diberi penjelasan sesuai dengan metode deskriptif.

- **Analisis Kuantitatif**

Analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistic dengan melalui program SPSS.

Uji instrumen

- **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus stastistika Koefisien Korelasi Produk Moment dari person yang dapat dicari melalui program SPSS. Untuk menguji vadilitas kuesioner digunakan dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono,2004:104).

$$R_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2) - (\sum X)^2} \times \sqrt{(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah subjek

$\sum x$ = Jumlah harga dari skor butir

$\sum Y$ = Jumlah harga dari skor total

$\sum xy$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

\sum = Jumlah kuadrat dan skor butir

\sum = Jumlah kuadrat dan skor total

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

- **Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Arikunto (dalam Umar 2011)

merumuskan alpha cronbach yang telah dibakukan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{11} =reabilitas instrumen
- k =banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ =jumlah varian butir
- σ_t^2 =varian total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha cronbach (α)>0,60.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubunga secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dalam menganalisis data hasil penelitian ini, maka pada tahap pertama peneliti melakukan pengujian kuesioner, yaitu uji vadilitas dan reabilitas. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan digunakan model regresi linier sederharna yaitu sebagai berikut (Sugiyono:2000).

Persamaan regresinya : $Y = a + bX$

Dimana : Y =Loyalitas Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

a = Parameter konstanta

b = Parameter koefisien regresi

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i)^2 - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi

Pengujian hipotesis koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

- **Uji determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi $[(R)^2]$ pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi $[(R)^2]$ mempunyai range antara 0 sampai ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila $[(R)^2]$ mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus : (Husein Umar,2011)

$$r^2 = \frac{b(n \sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

- **Uji Signifikasi Individu (uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individu pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik (Husein Umar,2011)

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Ha (alternatif) : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ho (nol) : $t_{tabel} > t_{hitung}$

Dimana :

Ha: Ada pengaruh antara strategi pemasaran dengan minat pasien.

Ho: Tidak ada pengaruh antara strategi pemasaran dengan minat pasien.

IV. HASIL PENELITIAN

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka sesungguhnya responden dalam menjawab pernyataan - pernyataan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Sesuai dengan standar pembuatan instrumen, bahwa sebelum instrumen digunakan sebagai alat uji penelitian, maka harus di uji cobakan terlebih dahulu. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat keandalan atau kepercayaan instrumen penelitian ini, penulis melakukan uji coba kepada 100 responden.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $\geq r$ table maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya, jika r hitung $< r$ table maka alat ukur yang digunakan tidak valid. Diketahui untuk nilai dalam penelitian ini adalah sebesar 0,197. Diketahui nilai r hitung seluruh item pernyataan variabel $\geq 0,197$. Artinya adalah seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas kepada keseluruhan sampel yang berjumlah 100 responden. Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrument yaitu dengan menggunakan metode cronbach's alpha dimana variable tersebut akan dinyatakan reliable dengan ketentuan

- Apabila nilainya kurang dari 0,6 adalah kurang baik
- Apabila nilainya 0,7 dapat diterima
- Apabila nilainya diatas 0,8 adalah baik

Adapun hasil uji reliabilitas terhadap 100 responden bahwa variable kualitas pelayanan (X) dan variable loyalitas Pelanggan (Y) memiliki nilai cronbach's

alpha diatas 0,60. Untuk variable kualitas pelayanan (X) nilai cronbach's alpha sebesar 0,863 dan dinilai baik, sedangkan untuk variable loyalitas pelanggan (Y) nilai cronbach's alpha sebesar 0,844 dan dinilai baik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X dan Y tersebut, telah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliable serta layak untuk disebarakan kepada responden guna penelitian.

Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan linear antara satu variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) dengan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Persamaan Regresi Sederhana :

$$Y = a + bX$$

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 2,796 + 0,528X$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas :

- Nilai konstanta (a) sebesar 2,796. Artinya adalah apabila variable kualitas pelayanan diasumsikan nol (0), maka loyalitas pelanggan sebesar 2,796.
- Nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan sebesar 0,528. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,528.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (Kualitas Pelayanan) dapat menjelaskan variabel dependennya (Loyalitas Pelanggan).

Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Diketahui nilai R Square sebesar 0,651. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 65,1%, sedangkan sisanya sebesar 34,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Dan dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru dapat diterima. Dan pelaksanaan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, serta kualitas pelayanan memiliki implikasi terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Pengujian kebenaran hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru.

Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut :

- Merumuskan hipotesis
Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dari output di dapat t hitung sebesar 13.531 dan Signifikansi 0,000. t tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada

signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat kebebasan $df = n-2$ atau $100-2 = 98$.

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan persamaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= n-2 : \alpha/2 \\ &= 100-1-1 : 0,05/2 \\ &= 98 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

- Kriteria Pengujian

Jika $- t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka Ho diterima.

Jika $- t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka Ho ditolak.

Berdasarkan Signifikansi :

Jika Signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima.

Jika Signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Dapat disimpulkan, Nilai t hitung $> t$ tabel ($13,531 > 1,984$) dan Signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima.

Signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Dapat disimpulkan Signifikansi $< 0,05$ Maka Ho ditolak dan Ha diterima. jadi dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dilihat dari aspek kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kualitas pelayanan dirasakan sudah efektif oleh pelanggan. Namun demikian masih ada pelanggan

yang merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan terutama pada dimensi *tangibles* dan *assurance*.

2. Dari aspek loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru, maka dapat disimpulkan bahwasannya secara keseluruhan pelanggan Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru menyatakan masih ragu-ragu untuk menjadi loyal dengan Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru. Ini disebabkan masih adanya pelanggan yang merasa kurang setuju dan tidak setuju terutama pada dimensi *reject another* dan *repeat purchasing*.
3. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi 5 komponen baik itu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian, masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru.

Saran

Dari kesimpulan-kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Adapun saran dari penulis sebagai berikut

1. Dimensi dari kualitas pelayanan *tangibles* (bukti fisik) dan *assurance* (jaminan) pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru harus lebih ditingkatkan lagi, agar tidak adanya pelanggan yang merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan hotel.
2. Agar loyalitas pelanggan semakin meningkat, maka pihak Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru perlu memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, misalnya seperti meningkatkan kemampuan dan disiplin karyawan

dan staf dengan menerapkan konsep pengembangan sumber daya manusia yang terpadu dalam membangun etos kerja serta meningkatkan mutu pelayanan dan *team work* agar terwujudnya suatu pelayanan yang berkualitas.

3. Untuk kedepannya ada baiknya jika pihak perusahaan lebih meningkatkan loyalitas pelanggan, misalnya lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan pelanggan, jika pimpinan mampu menganalisa keinginan dan harapan pelanggan, maka loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arikunto, Suharsimi.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V. Jakarta; Rineka Cipta
- Assael, Henry. 1998. *Costumer Behavior and Marketing Action*, Edisi ke 6. New York. International Thomson Publishing
- Burhan, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu –Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media, Jakarta.
- Elu, Balthasar. 2005. Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis&Birokrasi*, Vol. 13, No. 3 (September).
- Griffin, Jill. 2005. *Costumer Loyalty*, Edisi Revisi. Erlangga: Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit CV. Alfabeta : Bandung.
- Husein, Umar, 2003. *Metode Riset Dan Perilaku Konsumen Jasa*. Glalia Indonesia, Jakarta.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis-*

- edisi kedua*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Ibrahim, Buddy. 1997, *Total Quality Management – Panduan Praktis Menghadapi Persaingan Global*. Jakarta : Penerbit Djambatan.
- Keaveney S.M. 1995. Customer Switching Behavior in Service Industry: An Explanatory Study. *Journal of Marketing Vol 39*
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management*, 11 th ed. Pearson Education. Inc. Upper Saddle River. New Jersey.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*, Jilid I dan II, Penerbit PT. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2009), *Marketing Management* 13th ed. Prentice Hall, Pearson Educational International.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher. 2004. *Service Marketing and Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Ratmino, dan Winarsih, Atik Septi. 2006, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Ratna. Dodik. Herkulanus. Widanaputra. 2009. *Akuntansi Perhotelan pendekatan sistem informasi*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Smith, R.G., Bohn, C.M. 1999. Small to Medium Contractor Contingency and Assumption of Risk, *Journal of Construction Engineering and Management*, ASCE, March-April 199.
- Sugiyono, 2000, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cv. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayu Media Publishing.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, Penerbit PT Indeks : Jakarta.

Karya Ilmiah :

- Jurnal Ellys Cornelia.S. & Nancy Veronica S, 2008. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5asec Surabaya*.
- Jurnal Winarti Setyorini, 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Mahkota di Pangkalan Bun*.
- Jurnal Edwin Japarianto, dkk. 2007. *Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Skripsi Lucky Fibrianto.2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Damri Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.