

ABSTRAK

Pada tahun 2016 telah ada sebanyak 500 hotel yang dibangun di kota Bandung. Salah satunya adalah Hotel Javaretro. Dengan semakin banyaknya hotel yang ada, maka semakin tinggi pula persaingan yang ada. Oleh karena itu semakin banyak juga hal yang harus diperhatikan oleh hotel Javaretro untuk mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya pembangunan hotel di Bandung. Salah satu hal yang dapat diperhatikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan hotel sehingga pelanggan tetap memilih hotel Javaretro untuk menginap.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hotel Javaretro Bandung. Jenis penelitian ini adalah *causal explanatory* dengan populasinya adalah pelanggan hotel Javaretro Bandung dan sampelnya adalah pelanggan hotel Javaretro Bandung yang pernah menginap dua kali dengan jumlah sampel sebanyak 115 responden.

Data-data tersebut didapat dan diolah menggunakan SPSS 21 yaitu uji normalitas, uji validitas, uji reliabilitas, uji data, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji T, uji F dan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh secara simultan adalah sebesar 84,40%.

Secara parsial, variabel *tangible* dan *empathy* tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Di antara ketiganya, variabel *assurance* merupakan variabel yang berpengaruh lebih signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata-kata kunci: kualitas pelayan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

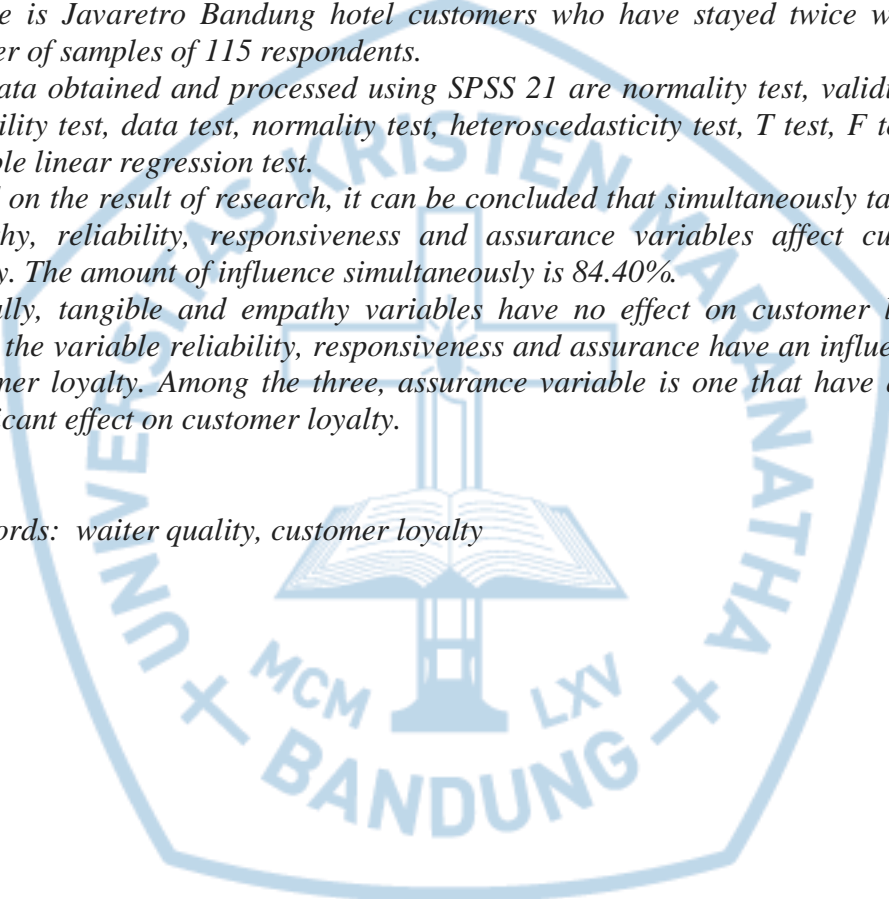
In 2016, there are 500 hotels built at Bandung City. One of them is Javaretro Hotel. With the increasing number of existing hotels, the higher the existing competition. Therefore, more and more things that must be considered by Javaretro hotel to maintain its existence in the middle of the rampant hotel development in Bandung. One of the things to note is the quality of service provided to hotel customers so that customers still choose Javaretro hotel to stay. This study aims to see the importance of the influence of service quality on customer loyalty in Javaretro hotel Bandung. This type of research is causal explanatory with the population is Javaretro Bandung hotel customers and the sample is Javaretro Bandung hotel customers who have stayed twice with the number of samples of 115 respondents.

The data obtained and processed using SPSS 21 are normality test, validity test, reliability test, data test, normality test, heteroscedasticity test, T test, F test and multiple linear regression test.

Based on the result of research, it can be concluded that simultaneously tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance variables affect customer loyalty. The amount of influence simultaneously is 84.40%.

Partially, tangible and empathy variables have no effect on customer loyalty. While the variable reliability, responsiveness and assurance have an influence on customer loyalty. Among the three, assurance variable is one that have a more significant effect on customer loyalty.

Keywords: waiter quality, customer loyalty



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Jasa/ Pelayanan (<i>Service</i>)	8
2.1.2.1 Klasifikasi Jasa/ Pelayanan (<i>Service</i>)	8
2.1.2.2 Karakteristik Jasa/ Pelayanan (<i>Service</i>)	9
2.1.2.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service</i>)	10
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.4 Manfaat Kualitas Pelayanan	13
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	14
2.1.5.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	15
2.1.5.2 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	15
2.1.5.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	18
2.2 Rerangka Teoritis	19
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Rerangka Pemikiran	22
2.5 Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.4 DOV (Definisi Operasional Variabel)	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Uji Instrumen	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	32

3.7 Uji Data	32
3.7.1 Uji Normalitas	33
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8 Metode Analysis Data	34
3.9 Uji Hipotesis Penelitian	34
3.9.1 Uji t	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Karakteristik Responden	36
4.1.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Tangible</i>	38
4.1.3 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Empathy</i>	42
4.1.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Reliability</i>	45
4.1.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Responsiveness</i>	48
4.1.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Assurance</i>	51
4.1.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan	55
4.1.8 Hasil Uji Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas)	61
4.1.8.1 Hasil Pengujian Validitas	61
4.1.8.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	63
4.1.9 Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.1.9.1 Hasil Uji Normalitas	64
4.1.9.2 Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.1.9.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.1.10 Hasil Analisis Data	68
4.1.11 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	70
4.1.11.1 Uji t (Uji Parsial)	71
4.1.11.2 Uji F (Uji Simultan)	74
4.2 Pembahasan	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	78
5.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	78
5.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	79
5.1.3 Variabel Kualitas Pelayanan yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	79
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Bagan Rerangka Teoritis 19
Gambar 2.2	Bagan Rerangka Pemikiran 22
Gambar 2.3	Model Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 23
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas 68



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.1	Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	36
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pernah Menginap lebih dari dua kali	38
Tabel 4.4	Fasilitas Hotel Javaretro Bandung lengkap dan berkualitas baik seperti tersedia kolam renang, ruang <i>fitness</i> dan layanan <i>laundry</i>	38
Tabel 4.5	Kerapian penampilan karyawan Hotel Javaretro Bandung baik	39
Tabel 4.6	Desain interior Hotel Javaretro Bandung menarik	40
Tabel 4.7	Fasilitas Hotel Javaretro Bandung (kamar, toilet, <i>waiting room</i> , restoran) bersih	41
Tabel 4.8	Karyawan bersedia mendengarkan keluhan pelanggan Hotel Javaretro Bandung	42
Tabel 4.9	Karyawan memberi perhatian secara individual kepada pelanggan yang mengalami kendala di Hotel Javaretro Bandung	43
Tabel 4.10	Karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan Hotel Javaretro Bandung	44
Tabel 4.11	Kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan Hotel Javaretro Bandung	45
Tabel 4.12	Kehandalan karyawan dalam merespon masalah yang dihadapi pelanggan Hotel Javaretro Bandung	46
Tabel 4.13	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi	47
Tabel 4.14	Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Hotel Javaretro Bandung	48
Tabel 4.15	Kemudahan pengaduan keluhan kepada karyawan Hotel Javaretro Bandung	49
Tabel 4.16	Kecepatan dan kesigapan penanganan keluhan pelanggan Hotel Javaretro Bandung	50
Tabel 4.17	Fasilitas kamar yang ditawarkan Hotel Javaretro Bandung selalu konsisten berkualitas baik seperti kamar, toilet, sprei selalu bersih dan wangi	51
Tabel 4.18	Kejujuran karyawan Hotel Javaretro Bandung	52
Tabel 4.19	Keamanan pengunjung Hotel Javaretro Bandung terjamin selama berada di Hotel Javaretro Bandung	53
Tabel 4.20	Kemampuan karyawan Hotel Javaretro Bandung dalam menguasai informasi produk dan layanan	54
Tabel 4.21	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang Hotel Javaretro Bandung kepada orang lain	55
Tabel 4.22	Saya akan merekomendasikan Hotel Javaretro Bandung kepada orang lain	56

Tabel 4.23	Kemungkinan besar, saya akan mengunjungi Hotel Javaretro Bandung kembali	57
Tabel 4.24	Saya jarang melakukan peralihan ke hotel lain	58
Tabel 4.25	Hotel Javaretro Bandung menjadi pilihan pertama dalam perhotelan	59
Tabel 4.26	Percaya bahwa Hotel Javaretro Bandung merupakan hotel terbaik	60
Tabel 4.27	Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.28	Hasil Koefisien Reliabilitas	63
Tabel 4.29	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.30	Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.31	Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.32	<i>Correlations</i> Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.33	<i>Model Summary</i> dan ANOVA Regresi Linier Berganda	74



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner	83
Lampiran B	<i>Data frequencies</i>	86
Lampiran C	Hasil Uji Validitas	92
Lampiran D	Hasil Uji Asumsi Klasik	93
Lampiran E	Data Mentah	96

