

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan dan loyalitas pada konsumen Hotel 'X' Bandung.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Pengambilan data dilakukan pada konsumen Hotel 'X' Bandung dengan menggunakan teknik accidental sampling.

Alat ukur yang digunakan untuk kepuasan konsumen berupa kuesioner yang diadaptasi peneliti dari SERVQUAL A Multidimensional Scale to Capture Customer Perception and Expectation of Service Quality, berdasarkan lima dimensi kualitas jasa dari Zeithaml (2003) dan alat ukur loyalitas konsumen berupa kuesioner yang disusun peneliti berdasarkan dua dimensi loyalitas dari teori Jill Griffin (2005). Berdasarkan uji validitas dengan korelasi Spearman dan reliabilitas dengan Alpha Cronbach, diperoleh validitas alat ukur kepuasan berkisar antara 0,151 – 0,773, dengan reliabilitas 0,923. Untuk alat ukur loyalitas, diperoleh validitas berkisar antara 0,580 – 0,873, dengan reliabilitas sebesar 0,800.

Hasil pengolahan data menggunakan uji statistik Koefisien Kontingensi-C menunjukkan terdapat hubungan antara kepuasan dan loyalitas pada konsumen Hotel 'X' Bandung, dengan $C=0.581$ pada tingkat keeratan yang moderat. Secara umum 36,7% responden di Hotel 'X' merasa tidak puas dan termasuk tipe tanpa-loyalitas. Sumber ketidakpuasannya pada dimensi assurance yaitu kesediaan karyawan front office menerima keluhan tamu dan kemampuan karyawan dalam memberi pelayanan yang baik. Sementara itu ada 20% responden yang merasa puas dan memiliki loyalitas premium. Sumber kepuasannya pada dimensi reliability yaitu prosedur pemesanan kamar dan transaksi yang mudah. Keunggulan yang dimiliki Hotel 'X' sehingga konsumen ingin menginap kembali, adalah lokasi yang strategis dan tarif kamar yang relatif terjangkau.

Saran yang dapat diberikan kepada pengelola Hotel 'X' yaitu hendaknya memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada dimensi assurance, yaitu kesediaan karyawan front office menerima keluhan tamu dan kemampuan karyawan dalam memberi pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang hendaknya dipertahankan terutama pada dimensi reliability, dalam hal prosedur pemesanan kamar dan transaksi yang mudah.

DAFTAR ISI

Lembar Judul

Lembar pengesahan

Abstrak i

Kata pengantar ii

Daftar isi iii

Daftar tabel v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pikir	10
1.6 Asumsi Penelitian.....	27
1.7 Hipotesis Penelitian.....	27

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Jasa	28
2.1.1 Defenisi Jasa.....	28
2.1.2 Kualitas Jasa	29
2.1.3 Model Kualitas Jasa.....	35
2.1.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	36
2.2 Teori Kepuasan Konsumen.....	37

2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	37
2.2.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	38
2.3 Teori Kebutuhan.....	40
2.3.1 Teori Kebutuhan Murray	40
2.4 Teori Loyalitas Konsumen.....	41
2.4.1 Definisi Loyalitas.....	42
2.4.2 Pentingnya Loyalitas.....	47
2.4.3 Loyalitas dan Siklus Pembelian.....	43
2.4.4 <i>Attachment & Repeat Purchase:</i> Prasyarat Bagi Loyalitas.....	45
2.4.5 Empat Jenis Loyalitas.....	46
2.5 Teori Perkembangan Dewasa Awal.....	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	50
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	51
3.2.1 Variabel Penelitian.....	51
3.2.2 Defenisi Operasional.....	51
3.3 Alat Ukur	53
3.3.1 Kuesioner Kepuasan Konsumen.....	53
3.3.2 Kuesioner Loyalitas Konsumen	53
3.3.3 Data Penunjang.....	57
3.3.4 Uji Coba Alat Ukur.....	57
3.3.4.1 Validitas Alat Ukur	57
3.3.4.2 Reliabilitas Alat Ukur.....	58

3.4 Sampel Penelitian.....	60
3.4.1 Sampel Penelitian	60
3.4.2 Teknik Penarikan Sampel	61
3.5 Teknik Analisis	61
3.6 Hipotesis Statistik.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Responden.....	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	77
Daftar pustaka	
Daftar rujukan	
Lampiran	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir	22
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Indikator-Indikator dan Nomor Item-Item Pernyataan Kuesioner Kepuasan Konsumen	47
Tabel 3.3.3.1 Skor Penilaian Item Kepuasan	48
Tabel 3.3 Indikator-Indikator dan Nomor Item-Item Pernyataan Kuesioner Loyalitas Konsumen.....	49
Tabel 3.3.2.1 Skor Penilaian Item Loyalitas	49
Tabel 3.5a Tabel Kriteria Kepuasan.....	54
Tabel 3.5b Klasifikasi Silang Tipe Loyalitas	55
Tabel 3.5c Kategori Korelasi.....	57
Tabel 4.1.1 Gambaran Responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
Tabel 4.1.2 Gambaran Responden berdasarkan usia	58
Tabel 4.1.3 Gambaran Responden berdasarkan banyak menginap	59
Tabel 4.2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan	60

Tabel 4.2.2. Tipe Loyalitas Konsumen.....	60
Tabel 4.2..3 Tabel Pengujian Dengan Chi-Kuadrat.....	61
Tabel 4.2.4 Tabulasi silang antara tingkat kepuasan dan loyalitas.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambaran Hotel ‘X’

Lampiran 2 Alat Ukur

Lampiran 2.1 Identitas Subjek dan Data Penunjang

Lampiran 2.2 Kuesioner Kepuasan Konsumen

Lampiran 2.3 Kuesioner Loyalitas Konsumen

Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Lampiran 3.1 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Kepuasan Konsumen

Lampiran 3.2 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Loyalitas Konsumen

Lampiran 4 Data Mentah

Lampiran 4.1 Tabel Data Responden

Lampiran 4.2 Tabel Data Mentah Kepuasan

Lampiran 4.3 Data Mentah Loyalitas Konsumen

Lampiran 5 Analisis Data

Lampiran 5.1 Tabel Analisis Kepuasan Konsumen

Lampiran 5.2 Tabel Perhitungan Median Skor Loyalitas

Lampiran 5.3 Tabel Analisis Tipe Loyalitas Konsumen

Lampiran 5.4 Tabel Korelasi Antara Kepuasan dan Loyalitas

Lampiran 5.5 Tabel Kepuasan dan Loyalitas

Lampiran 5.6 Tabel Persentase Data Penunjang

Lampiran 5.7 Tabel Gambaran Responden

Lampiran 5.8 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas dan Data Penunjang

Lampiran 5.9 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Loyalitas Konsumen

Lampiran 5.10 Tabulasi Silang Antara Frekuensi Menginap dan Loyalitas Konsumen

Lampiran 5.11 Tabulasi Silang Antara Tingkat Kepuasan-Tipe Loyalitas-Alasan Menginap