

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Grand Laguna Hotel & Villa

Febyola Puspa Dewani

Program Studi SI-Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Enik Tri Afrika

Program Studi SI-Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Rayhan Gunaningrat

Program Studi SI-Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Alamat: Jl Ki Mangun Sarkoro No 20, Nusukan. Kec Banjarsari Kota Surakarta Jawa Tengah 577135
Korespondensi penulis: 202030014@mhs.ub.ac.id

Abstract. *The purpose of conducting this research is to collect information that will be used to analyze the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at the Grand Laguna Hotel & Villa. And it is hoped that it can help companies solve the problems they face according to the topic chosen by the author, by analyzing, especially information and data regarding the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. In this research the method used is quantitative. The population in this study were all customers of the Grand Laguna Hotel & Villa. According to data from HRD Grand Laguna Hotel & Villa. The sample in this study was 66 respondents. The data analysis used is multiple regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination f test and t test. There is a positive and significant influence of service quality on customer loyalty. There is a positive and significant influence of satisfaction on customer loyalty. Service quality and satisfaction together have a positive and significant influence on customer loyalty. The SPSS output results of the F test show that the calculated F value is 238,399, which is $> 2,700$ with a significant value of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that service quality and customer satisfaction have a simultaneous influence on customer loyalty. Based on the T test results in the coefficients table, partial test results can be seen as follows. Service quality (X_1) has a T count of $1.166 < T$ table 1.660, a large significance value of $0.247 > 0.05$, so the service quality variable has no effect on customer loyalty. Customer satisfaction (X_2) has a calculated T of $8.850 > T$ table of 1.660, a significance value of $0.000 < 0.05$, so the customer satisfaction variable has a significant influence on customer loyalty. Customer satisfaction (X_2) has a calculated T of $8.850 > T$ table of 1.660, a significance value of $0.000 < 0.05$, so the customer satisfaction variable has a significant influence on customer loyalty..*

Keywords: *service quality, customer satisfaction and loyalty.*

Abstrak. Maksud dari mengadakan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Laguna Hotel & Villa Dan diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi sesuai dengan topik yang diambil penulis, dengan cara menganalisis, khususnya informasi dan data mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Grand Laguna Hotel & Villa. Menurut data dari HRD Grand Laguna Hotel & Villa. Sampel dalam penelitian ini adalah 66 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi uji f dan uji t . Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil output SPSS pengujian uji F diketahui nilai F hitung 238.399 dimana $> 2,700$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji T pada tabel coefficients dapat diketahui hasil pengujian secara parsial sebagai berikut. Kualitas pelayanan (X_1) memiliki T hitung sebesar $1,166 < T$ tabel 1,660, nilai signifikansi besar $0,247 > 0,05$, maka variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan (X_2) memiliki T hitung sebesar $8,850 > T$ tabel 1,660, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka

variable kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan (X2) memiliki T hitung sebesar 8,850 > T tabel 1,660, nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka variable kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Loyalitas pelanggan memegang peranan sangat penting dalam organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Loyalitas pelanggan meliputi komponen sikap dan komponen perilaku pelanggan. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan seperti niat kembali untuk membeli produk atau layanan tambahan dari perusahaan yang sama, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, demonstrasi komitmen kepada perusahaan dengan menunjukkan perlawanan jika ada keinginan beralih ke pesaing lain dan kesediaan untuk membayar dengan harga premium. Di sisi lain, aspek perilaku loyalitas pelanggan merupakan pembelian berulang yang sebenarnya dari produk atau jasa, yang meliputi pembelian lebih banyak dari produk atau jasa yang sama atau alternative produk yang lain dari perusahaan yang sama, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan kemungkinan penggunaan produk dalam jangka panjang untuk merek tersebut masih tetap terjaga kualitasnya (Susnita, 2020).

Loyalitas pelanggan mengekspresikan perilaku yang berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Loyalitas pelanggan sebagai pola pikir pelanggan memegang sikap yang menguntungkan terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa Perusahaan.

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Adapun kepuasan pelanggan dapat dipenuhi perusahaan salah satunya melalui pelayanannya.

Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Dewasa ini sector jasa telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, seperti yang terjadi pada industry jasa Kesehatan, Asuransi, Perbankan, Penerbangan, Pariwisata dan Telekomunikasi. Demikian pula pada industry jasa Perhotelan, agar usaha tersebut bias hidup dan berkembang diperlukan pengetahuan tentang pelayanan pelanggan yang baik. Di Indonesia, industry perhotelan adalah industry jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta

restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Salah satu perhotelan di Kota Karanganyar yang telah berkembang pesat sehingga di samping hotel-hotel berbintang, juga banyak hotel-hotel melati salah satunya yaitu Grand Laguna Hotel & Villa memiliki peminat yang tidak kalah dengan hotel-hotel berbintang. Keadaan ini tentu mendorong Pariwisata dan Telekomunikasi. Demikian pula pada industry jasa Perhotelan, agar usaha tersebut bias hidup dan berkembang diperlukan pengetahuan tentang pelayanan pelanggan yang baik.

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah bisnis atau usaha yang bergerak dalam bidang barang dan jasa khususnya penyediaan Hotel. Konsumen akan mengalami salah satu tingkat kepuasan secara umum, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai maka konsumen akan merasa kecewa, sedang kanapa bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Oleh karena itu, konsumen maupun produsen akan sama- sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Untuk meningkatkan pelayanan perlu adanya suatu fasilitas yang memadai. Pelayanan merupakan salah satu pilihan dari strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, konsumen maupun produsen akan sama- sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. kualitas merupakan topik yang paling hangat di dunia bisnis dan akademik. Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah produk dan jasa yang dihasilkan.

Produk dan jasa yang berkualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam hal ini yang berkaitan dengan kualitas yaitu pelayanan, pelayanan bisa berupa barang dan jasa. Pelayanan pelayanan sering sekali banyak diinginkan oleh konsumen untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini dapat kita contohkan kualitas pelayanan di Grand Laguna Hotel & Villa seperti halnya penyambutan tamu hotel dengan baik dan ramah, cara karyawan menjelaskan setiap fasilitas yang didapatkan oleh pengunjung hotel, karyawannya yang mengantarkan pengunjung hotel untuk melihat- lihat lingkungan hotel, dan mengantarkan pengunjung hotel sampai ke kamar hotel merupakan kualitas pelayanan agar terciptanya suatu kepuasan pelanggan bagi pihak Grand Laguna Hotel & Villa . Terdapat banyaknya fasilitas penyediaan pelayanan hotel mengakibatkan konsumen dihadapkan pada banyaknya pilihan produk dan jasa yang di tawarkan. Hal ini bias dilihat dengan fasilitas Grand Laguna Hotel & Villa seperti layanan resepsionis 24 jam, kamar yang luas yang dilengkapi AC, kamar mandi pribadi, televisi, dan internet hotspot gratis, kolam renang, spa, area parkir yang sangat luas bagi pelanggan. Jadi dengan adanya kualitas pelayanan dan fasilitas Grand Laguna Hotel & Vila yang baik akan menghasilkan suatu kepuasan bagi pelanggan.

Demikian pula dengan Grand Laguna Hotel & Vila sebagai organisasi pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Karena dalam organisasi pelayanan jasa masalah kualitas pelayanan menjadi masalah penting dan mendasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan selaku penggunaan layanan jasa hal ini juga di perhatikan oleh pihak Grrand Laguna Hotel & Villa , karena jika Grand Laguna Hotel & Villa tidak memuaskan pelanggan, akan berakibat berkurangnya jumlah pelanggan dan menciptakan kesan yang buruk dari pelanggan terhadap Grand Laguna Hotel & Villa sendiri, sehingga kedepan Grand Laguna Hotel & Villa harus aktif dalam meningkatkan pelayanan.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menentukan tingkat kesuksesan pelayanan yang diberikan perusahaan memenuhi ekspektasi pelanggannya(Pahleviannur et al., 2022). Menurut (A l o n g , 2 0 2 0) kualitas pelayanan merupakan yang dimiliki perusahaan. Keunggulan merupakan hasil dari kesuksesan perusahaan memenuhi permintaan pelanggan. Menurut (Pratiwi et al., 2020) kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut ,(Ardila, 2015) terpenuhnya kemauan dari pelanggan dari sebuah produk dan jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan kesuksesan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan sehingga menjadi keunggulan perusahaan dari pesaingnya. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat memberikan kepuasan pelanggan setelah menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan Loyalitas atau kesetiaan diartikan sebagai komitmen kuat dari pelanggan untuk membeli atau berlangganan produk/jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi merubah perilaku (Along, 2020).Loyalitas pelanggan perpustakaan tidak akan ada jika manajemen perpustakaan hanya meningkatkan kualitas layanan perpustakaan Faktor yang yang mempengaruhi kepuasan antara lain : Persepsi pelanggan terhadap layanan, Dukungan layanan dan sistem, Pengalaman menggunakan layanan, Faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan. Menjaga pelanggan

tetap senang dan loyal merupakan tantangan bagi perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan. (Ardila, 2015) mengatakan loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Salah satu output yang dihasilkan dari jasa pendidikan adalah penilaian konsumen. Se jauh mana konsumen merasa puas atas jasa yang diberikan oleh perusahaan adalah sesuatu yang diharapkan konsumen sesuai dengan kenyataan yang diterima setelah konsumen tersebut melakukan pembelian Philip Kotler dan Kevin (Ruslim & Rahardjo, 2016) mengatakan mengenai pengertian kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel et.al yang dikutip (Ruslim & Rahardjo, 2016), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

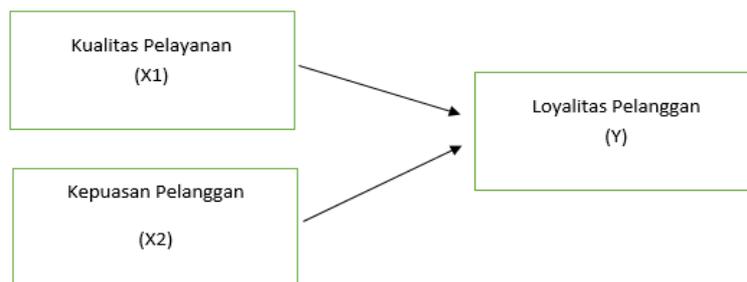
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan banyak angka sebagai penggambaran data yang diperoleh untuk menjawab hipotesis yang ditarik. Penelitian ini juga merupakan penelitian korelasi yang berarti penelitian ini bertujuan untuk mencari tau hubungan antar variabel hingga menunjukkan besaran pengaruh antar variabel Penelitian ini mencari hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Grand Laguna Hotel & Vila.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Usaha yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penulis memilih Grand Laguna Hotel & Villa sebagai tempat penelitian. Adapun lokasi penelitian ini adalah Blukukan Dua, Blulukun, Kec. Colomadu Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah.

Kualitas pelayanan yang dihasilkan dari kinerja yang baik memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan

pelanggan merupakan hal penting karena hasil penjualan perusahaan bersumber dari dua kelompok dasar, yaitu pelanggan baru dan pelanggan yang membeli ulang. Biaya untuk membeli pelanggan baru lebih besar daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, perusahaan agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dengan jalan membuatnya agar selalu merasa senang. Pelanggan yang puas akan membeli produk kembali kemudian menceritakan produk itu kepada orang lain. Berdasarkan asumsi diatas mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, peneliti mencoba mengembangkan penelitian ini, dengan melihat penelitian terdahulu yang sudah banyak dilakukan oleh peneliti, dapat digambarkan sebuah paradigma penelitian sebagai berikut :



Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan pada loyalitas pelanggan Service quality adalah penilaian tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan (Pelanggan, 2021). hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang penting adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang.

Berdasarkan uraian tersebut maka diturunkanlah hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 (H1) : Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan (Satrya Prabudi Tanjung, 2017), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan, sedangkan loyalitas pelanggan berkaitan dengan apa yang dilakukan pelanggan. Oleh sebab itu, parameter kepuasan pelanggan lebih subjektif,

2. Hipotesis 2 (H2) : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik tentunya sangat mendukung konsumen selaku pengguna jasa untuk lebih loyal dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa. Dimana kualitas pelayanan itu sendiri merupakan selisih antara kinerja dan harapan, dimana selisih positif menyebabkan kepuasan pelanggan dan selisih negative menyebabkan keluhan pelanggan. Apabila pelanggan puas tentunya tingkat loyalitas pelanggan semakin tinggi. Dalam

berbagai penelitian dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Satrya Prabudi Tanjung, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji reliabilitas

Reliability Statistics

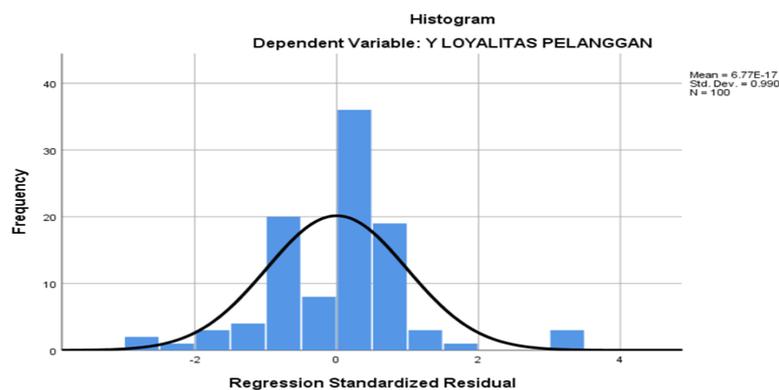
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	3

Item-Total Statistics

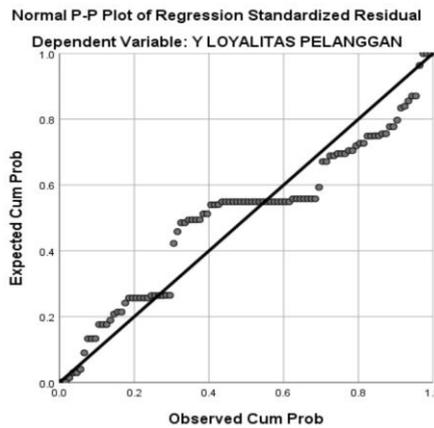
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1 KUALITAS PELAYANAN	40.96	42.604	.884	.948
X2 KEPUASAN PELANGGAN	41.28	42.769	.940	.901
Y LOYALITAS PELANGGAN	40.42	50.529	.896	.942

Dari hasil Uji Reabilitas dapat dinyatakan seluruh pernyataan menunjukkan angka Cronbach's Alpha ketiga Variabel yaitu Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan melebihi 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas



Dari gambar di atas dapat di simpulkan bahwa jika Histogram Dependent Variable lengkung kurva normal dan nilai mea mendekati 0, maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi



Berdasarkan tampilan output chart diatas kita dapat melihat grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal. Selanjutnya, pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolineritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.960	.748		6.632	.000		
	X1 KUALITAS PELAYANAN	.089	.076	.107	1.166	.247	.206	4.862
	X2 KEPUASAN PELANGGAN	.705	.080	.815	8.850	.000	.206	4.862

a. Dependent Variable: Y LOYALITAS PELANGGAN

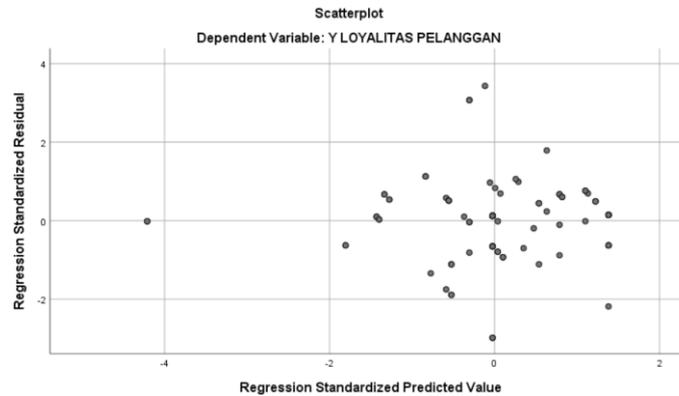
Berdasarkan tabel output "Coefficients" pada bagian "Collinearity Statistics" diketahui nilai Tolerance untuk variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) adalah 0,206 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variabel Kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) adalah $4,862 < 10,00$. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolineritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.599	.530		1.130	.261		
	X1 KUALITAS PELAYANAN	.152	.054	.604	2.804	.006	.206	4.862
	X2 KEPUASAN PELANGGAN	-.142	.056	-.540	-2.507	.014	.206	4.862

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk variable kualitas pelayanan (X1) adalah 0,006. Sementara, nilai (Sig.) variable kepuasan pelanggan (X2) adalah 0,014. Karena nilai signifikansi kedua variabel di atas lebih kecil dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Maka solusi untuk mengatasi gejala Heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis Scatterplot.



Berdasarkan output Scatterplots di atas diketahui bahwa :

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dengan demikian dapat kita disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Uji Analisis Regresi linier berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.960	.748		6.632	.000		
	X1 KUALITAS PELAYANAN	.089	.076	.107	1.166	.247	.206	4.862
	X2 KEPUASAN PELANGGAN	.705	.080	.815	8.850	.000	.206	4.862

a. Dependent Variable: Y LOYALITAS PELANGGAN

Pada output tabel koefisien dapat diketahui hubungan antara variable independent dan dependent dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Loyalitas pelanggan)

a = Konstanta

- b1 = koefisien (Kualitas pelayanan)
 X1 = kualitas pelayanan
 b2 = koefisien kepuasan pelanggan
 x2 = kepuasan pelanggan
 e = Standar error

Persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut :

- Konstanta a sebesar 4,960, angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) nilainya 0 maka variable loyalitas pelanggan Y bernilai 4,960.
- Nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,089. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan (X1), maka nilai variable loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,089 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- Nilai koefisien regresi variable kepuasan pelanggan (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,705. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel kepuasan pelanggan (X2), maka nilai variable loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,705, satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

Uji hipotesis

Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.960	.748		6.632	.000		
	X1 KUALITAS PELAYANAN	.089	.076	.107	1.166	.247	.206	4.862
	X2 KEPUASAN PELANGGAN	.705	.080	.815	8.850	.000	.206	4.862

a. Dependent Variable: Y LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan hasil uji T pada tabel coefficients dapat diketahui hasil pengujian secara parsial sebagai berikut.

- Kualitas pelayanan (X1) memiliki T hitung sebesar 1,166 < T tabel 1,660, nilai signifikansi besar 0,247 > 0,05, maka variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Kepuasan pelanggan (X2) memiliki T hitung sebesar 8,850 > T tabel 1,660, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka variable kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	789.561	2	394.781	238.399	.000 ^b
	Residual	160.629	97	1.656		
	Total	950.190	99			

a. Dependent Variable: Y LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), X2 KEPUASAN PELANGGAN, X1 KUALITAS PELAYANAN

Hasil output SPSS pengujian uji F diketahui nilai F hitung 238.399 dimana $> 2,700$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Laguna Hotel & Villa maka dapat ditarik kesimpulan :

Persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut :

- Konstanta a sebesar 4,960, angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) nilainya 0 maka variable loyalitas pelanggan Y bernilai 4,960.
- Nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,089. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan (X1), maka nilai variable loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,089 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- Nilai koefisien regresi variable kepuasan pelanggan (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,705. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel kepuasan pelanggan (X2), maka nilai variable loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,705, satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

Berdasarkan hasil uji T pada tabel coefficients dapat diketahui hasil pengujian secara parsial sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan (X1) memiliki T hitung sebesar $1,166 < T$ tabel $1,660$, nilai signifikansi besar $0,247 > 0,05$, maka variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan pelanggan (X2) memiliki T hitung sebesar $8,850 > T$ tabel $1,660$, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka variable kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil output SPSS pengujian uji F diketahui nilai F hitung 238.399 dimana $> 2,700$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulksn bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan
- c. Kepuasan pelanggan (X2) memiliki T hitung sebesar $8,850 > T$ tabel $1,660$, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka variable kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil output SPSS pengujian uji F diketahui nilai F hitung 238.399 dimana $> 2,700$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat di simpulksn bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan

SARAN

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Grand Laguna Hotel& Villa sebaiknya harus di tingkatkan kembali terhadap pelanggan yang datang terhadap Grand Laguna Hotel& Villa dan meningkatkan pelayanan proses serta meningkatkan kebersihan ruangan.
2. Kepuasan Grand Laguna Hotel& Villa sudah berjalan dengan baik tapi perlu ditingkatkan lagi terutama kepuasan terhadap harga.
3. Grand Laguna Hotel& Villa sudah sangat baik sehingga pelanggan yang datang untuk menginap sudah berjalan dengan baik Cuma perlu ditingkatkan lagi.

DAFTAR REFERENSI

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ulb.jiap.2020.006.01.11>
- Ardila, Y. (2015). Hubungan Kualitas Layanan Selpeld Motor Dengan Loyalitas Pelanggan Di Belngkell Relsmi Honda Ahas. *Skripsi*, Julli, 10–28. <http://repository.ulma.ac.id/handle/123456789/428>
- Pahlelviannulr, M. R., Gravel, A. Del, Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., & Sapultra, D. N. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Pradina Pulstaka.
- Pelanggan, T. L. (2021). Fulltext_Cristian Bobby Wibisono_16603141025.
- Prabowo, A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan Catekring Ida, Selarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 928–939. <https://ejournal3.ulindip.ac.id/index.php/djom/article/view/14680>
- Pratiwi, K. A., Sulartina, I. W., Kulsyana, D. N. B., & Delwi, I. A. M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Qulele Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i1.24405>
- Rulslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Selgi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abulba Stelak Di Grelnville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 55. <https://meldia.neliti.com/meldia/publications/96569-ID-identifikasi-kepuasan-konsumen-ditinjau.pdf>
- Satrya Prabuldi Tanjung. (2017). Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Tahu Sulmeldang Rehyah Tanjung Morawa. 1–54.
- Sulsnita, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 73–84. <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10485>
- Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.