PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MEMILIH KAMAR TIPE*STANDART TWIN/DOUBLE* DI HOTEL MERPATI PONTIANAK

SKRIPSI

OLEH :

RITA ARSITA

NIM. 141310594

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK

2019

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Loyalitas Konsumen Memilih Kamar Tipe *Standart Twin/Double*
Di Hotel Merpati Pontianak

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

Rita Arsita
141310594

Program Studi Manajemen

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 08 Agustus 2019

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama

Samsuddin, SE, M.Si.
NIDN. 1113117701

Penguji Utama

Devi Yasmin, SE, MM.
NIDN. 0030066701

Pembimbing Pembantu

Neni Triana M., SE, MM.
NIDN. 1009028104

Penguji Pembantu

Fenni Supriadi, SE, MM.
NIDN. 1128108501

Pontianak, 08 Agustus 2019
Disahkan Oleh :
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
DEKAN

SAMSUDDIN, SE, M.Si.
NIDN. 1113117701

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Memilih Tipe Kamar *Standart Twin/Double* Di Hotel Merpati Pontianak". Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti banyak sekali memperoleh bantuan bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Helman Fachri, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsuddin, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Utama yang bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Neni Triana M., S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan, sehingga penulisan skripsi ini menjadi semakin baik dan dapat diselesaikan sesuai arahan penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

5. Kedua orang tua, Bapak Yatim Mustafa dan Ibu Royani saudara-saudariku Wiwien Widyanti, Devi Widhyasari, Vikar Ardian, dan Yohana serta semua keluarga besar atas dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teruntuk Fatur Ikhlasa, terimakasih atas dorongan, semangat dan waktu yang telah diberikan dari awal perkuliahan hingga penulis mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.
7. Sahabat-sahabatku tersayang, Anjas Abdullah, Risty, Riski, Lubna, Dendy, Della Osfitiani, Vonie, Nurul, Moga, Egi, Irfansyah, Dede, Adhit, Della Aprilia, Reza, Vicky, Joan, Dony dan Deddy terimakasih sudah menemani di saat susah senang suka dan duka.
8. Seluruh teman-teman UMP terbaikku, Elyana, Nur, Astri, Widya, Surahman, Wawan, Ivan, Eltin, dan teman teman kelas 09 yang telah membantu dan memberikan kenangan yang tak terlupakan.

Penelit menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentu nya masih banyak diperlukan perbaikan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Pontianak, Agustus 2019

Rita Arsita

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen memilih tipe kamar *standart twin/double* di Hotel Merpati Pontianak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskiptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan kamar tipe *standart twin/double* dari Hotel Merpati Pontianak, dengan sampel 100 responden yang dipilih dengan teknik *sampling purposive.*

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah: $\dot{Y}$ = 2,573 + 0,386X artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) bernilai 0 (nol), maka loyalitas konsumen memilih tipe Kamar *standart Twin/Double* (Y) sebsar 2,573 satuan. Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,308 nilai ini menunjukkan bahwa hubungan anatara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen adalah rendah karena nilainya berada pada interval 0,200 – 0,399. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,095 atau 9,5% loyalitas konsumen memilih tipe kamar *standart twin/double* dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa F hitung (10,263) > F tabel (3,94), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kata Kunci :Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, Hotel Merpati Pontianak

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL v
DAFTAR GAMBAR vi
DAFTAR LAMPIRAN vii
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Permasalahan 11
C. Pembatasan Masalah 12
D. Tujuan Penelitian 12
E. Manfaat Penelitian 12
F. Kerangka Pemikiran 12
G. Metode Penelitian 14
BAB II LANDASAN TEORI
A. Pemasaran 26
B. Manajemen Pemasaran 27
C. Jasa 28
D. Loyalitas Konsumen 31
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
A. Sejarah Berdirinya Hotel Merpati Pontianak 34
B. Struktur Organisasi Hotel Merpati Pontianak 35
C. Aspek Pemasaran 58
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN
A. Karakteristik Responden 63
B. Uji Instrumen 66
C. Uji Normalitas 68
D. Analisis Regresi Linier Sederhana 69
E. Koefisien Korelasi (R) 70
F. Koefisien Determinasi (R^2) 70
G. Uji Kelayakan Model 71
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 72
B. Saran 73
Daftar Pustaka 74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Hotel di Kota Pontianak..... 5

Tabel 1.2 Tingkat Hunian Kamar (ROR) Per Tahun. 6

Tabel 1.3 Klasifikasi Kamar. 7

Tabel 1.4 Ketersediaan Kamar dan Jumlah Penjualan Kamar. 9

Tabel 1.5 Persentase Tingkat Hunian per Jenis Kamar..... 10

Tabel 1.6 Harga dan Tipe Kamar. 10

Tabel 1.7 Skor Pernyataan Responden..... 20

Tabel 1.8 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan. 23

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur……... 63

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. 64

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan…….. 64

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan. 64

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 65

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap. 65

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan. 66

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen..... 67

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas. 67

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas. 68

Tabel 4.11 Hasil Hitungan Regresi Linier Sederhana..... 69

Tabel 4.12 Hasil Koefisien Korelasi. 70

Tabel 4.13 Hasil Determinasi (R^2). 70

Tabel 4.14 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)..... 71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran ……..14

Gambar 3.1 Struktur Organisasi 37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 75

Lampiran 2 Karakteristik Responden..... 79

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan..... 83

Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen..... 87

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)..... 90

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Loyalitas (Y)..... 93

Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas (X)..... 94

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas (Y)..... 95

Lampiran 9 Uji Normalitas..... 96

Lampiran 10 Regresi Linier Sederhana..... 97

Lampiran 11 Koefisien Korelasi..... 98

Lampiran 12 Koefisien Determinasi..... 99

Lampiran 13 Uji F..... 100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian khususnya sektor jasa di Indonesia berlangsung sangat pesat. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata yang merupakan salah satu industri yang mampu menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Perkembangan industri pariwisata mengakibatkan terbukanya kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan taraf hidup masyarakat, juga dapat mengaktifkan industri seperti industri kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi. Hotel merupakan salah satu sarana pokok yang memegang peranan penting dalam perkembangan industri pariwisata karena hotel menyediakan sarana akomodasi dan pelayanan bagi para wisatawan.

Dewasa ini bisnis perhotelan semakin berkembang sesuai dengan perkembangan perekonomian dan pariwisata. Dengan munculnya bisnis jasa perhotelan yang baru maka tingkat persaingan usahapun akan semakin tinggi. Masing-masing pesaing akan berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan berbagai teknik yang diharapkan dapat menjadi strategi efektif untuk memenangkan persaingan yang juga berdampak pada keuntungan perusahaan.

Maju mundurnya jasa perhotelan sangat dipengaruhi oleh frekuensi tamu (konsumen) yang memanfaatkan fasilitas tersebut. Di sisi lain konsumen yang memanfaatkan fasilitas tersebut cukup heterogen, baik dari kalangan

pengusaha, pejabat, turis mancanegara maupun turis lokal serta ada juga dari golongan umum dengan segala kepentingannya. Pada dasarnya mereka mempunyai banyak pilihan (alternatif) dalam menentukan fasilitas akomodasi yang akan mereka huni karena banyaknya pengusaha yang menyediakannya. Bisnis jasa perhotelan tidak sesederhana hanya membuat kamar kemudian menjualnya. Hal yang terpenting dalam bisnis ini adalah bagaimana mengupayakan supaya kamar yang tersedia terisi semuanya, sehingga perusahaan dapat mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan karena satu kamar kosong untuk satu malam merupakan pendapatan yang hilang dan tak akan pernah kembali.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa mempunyai peluang besar untuk berkembang dengan pesat jika perusahaan mempunyai kemampuan memenuhi harapan konsumennya. Perkembangan ini tentunya tidak hanya disebabkan konsumen tetap atau pelanggan. Pengertian jasa yaitu semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Berbeda halnya dengan produk yang dapat dimiliki setelah transaksi terjadi. Salah satu kecendrungan utama di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir adalah pertumbuhan bisnis dibidang jasa. Bidang jasa bahkan oleh satu faktor penentu saja, namun banyak aspek-aspek yang harus diperhitungkan untuk menarik minat calon konsumen untuk menjadi tumbuh lebih cepat di dunia ekonomi yang memberikan kontribusi yang tinggi dari seluruh perdagangan internasional.

Maraknya pembangunan hotel menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramah tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif dimata para konsumen. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen, tingkat kepuasan ini diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang dapat diharapkan. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena berdampak langsung pada citra Hotel. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen apabila kualitas pelayanan di hotel baik maka konsumen akan loyal terhadap hotel tersebut dan akan menjadi sebuah keuntungan bagi Hotel. Bagaimana tidak, jika Hotel sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen

tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.

Berikut ini terdapat beberapa Hotel di kota Pontianak yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata
Kota Pontianak
Daftar Hotel di Kota Pontianak
Tahun 2019

No.	Nama Hotel	Alamat	Klasifikasi
1.	Hotel Mercure	Jl. Ahmad Yani No. 91 Pontianak	Bintang 4
2.	Hotel Aston Pontianak	Jl. Gajahmada, Gajahmada 21 Pontianak	Bintang 4
3.	Golden Tulip Essential	Jl. Teuku Umar No. 39 Pontianak	Bintang 4
4.	Hotel Harris Pontianak	Jl. Gajahmada No.150 Pontianak	Bintang 4
5.	Grand Mahkota Hotel	Jl. Sidas No. 8 Pontianak	Bintang 4
6.	Hotel Maestro	Jl. Sultan Sy Abdurrahman No. 72 Pontianak	Bintang 3
7.	Hotel Santika	Jl. Diponegoro No.46 Pontianak	Bintang 3
8.	Hotel Kapuas	Jl. Imam Bonjol No. 89 Pontianak	Bintang 3
9.	Hotel Kini	Jl. Nusa Indah III Pontianak	Bintang 3
10.	Hotel Orchardz	Jl. Gajahmada No.212 Pontianak	Bintang 3
11.	Hotel Orchardz Ayani	Jl. Perdana No. 8 Pontianak	Bintang 3
12.	Hotel Gajahmada	Jl. Gajahmada No. 177-183 Pontianak	Bintang 3
13.	Hotel Gajahmada Avara	Jl. Gajahmada No. 86-86A Pontianak	Bintang 3
14.	Hotel Transera Pontianak	Jl. Gajahmada, Gajahmada 21 Pontianak	Bintang 3
15.	Hotel STAR	Jl. Gajahmada No. 189 Pontianak	Bintang 3
16.	Hotel Garuda	Jl. Pahlawan No. 40 Pontianak	Bintang 3
17.	Hotel Kapuas Dharma	Jl. Imam Bonjol No. 89 Pontianak	Bintang 3
18.	Hotel G	Jl. Jendral Urip No. 73 Pontianak	Bintang 3
19.	Hotel Neo	Jl. Gajahmada No.177 Pontianak	Bintang 3

Tabel 1.1
(Lanjutan)

20.	Hotel Borneo	Jl. Merdeka No. 428 Pontianak	Bintang 3
21.	Hotel Merpati	Jl. Imam Bonjol No. 111 Pontianak	Bintang 2
22.	Hotel Grand Kartika	Jl. Rahadi Osman Pontianak	Bintang 1

Sumber : Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Pontianak, 2019

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasanan yang tercipta didalam kamar hotel, serta restoran makanan dan minuman yang dijual merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah tamahan serta keterampilan karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Tingkat Hunian Kamar sesuai dengan Tipe Kamar yang ada pada Hotel Merpati Pontianak dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Hotel Merpati Pontianak
Tingkat Hunian Kamar (ROR) Per Tahun
Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Kamar	Jumlah Kamar Terjual/Tahun	Jumlah Kamar Yang Tersedia/Tahun	Perhitungan ROR (%)
2016	173	23.724	62.280	38,09
2017	173	20.608	62.280	33,09
2018	173	22.276	62.280	35,77

Sumber: Data Olahan, 2019

Dari Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah orang yang menginap di Hotel Merpati Pontianak fluktuatif di mana pada Tahun 2016 jumlah tingkat hunian kamar sebesar 38,09 pada Tahun 2017 mengalami

penurun menjadi 33,09 dan kemudian meningkat pada Tahun 2018 menjadi 35,77.

Hotel Merpati Pontianak merupakan salah satu hotel berbintang dua di Pontianak yang menyediakan jasa penginapan. Aktivitas yang dilakukan oleh hotel adalah menjual kamar dengan berbagai macam tipe kamar dan fasilitas hotel tersebut. Ada beberapa tipe kamar yang disediakan oleh pihak hotel dan terbagi menjadi beberapa kelas. Berikut klasifikasi kamar yang ada pada hotel, antara lain:

Tabel 1.3
Hotel Merpati Pontianak
Klasifikasi Kamar
Tahun 2019

No.	Kategori	Ukuran Kamar M^2	Jumlah
1.	*Business Suite*	100	1
2.	*Superior Twin/Double*	46	62
3.	*Standart Twin/Double*	32	55
4.	*Standart Single*	32	1
5.	*Comfort Suite*	31	8
6.	*Comfort Twin/double*	30	46
			173

Sumber : Data Olahan, 2019

Pada awal Tahun 1998, hotel mengalami renovasi di mana bangunan hotel diperbesar dan terdapat penambahan kamar hingga mencapai 173 kamar dengan klasifikasi yang sama dari yang sebelumnya. Berikut penjelasan klasifikasi kamar :

1. Kamar Standar

   Memiliki fasilitas seperti: televisi berwarna, telepon, *AC,* lemari es, antena parabola, *shower bath, bath tub,* dengan air panas dan dingin. Tipe kamar standar terdiri dari :

   a. *Business Suite* terletak di lantai I yang berjumlah satu kamar.
   b. *Superior Twin/Double* terletak di lantai I dan II yang berjumlah 62 kamar.
   c. *Standart Twin/Double* terletak di lantai III yang berjumlah 55 kamar.
   d. *Standart Single* terletak di lantai III yang berjumlah I kamar.

2. Kamar Ekonomi

   Memiliki fasilitas-fasilitas kamar seperti: televisi berwarna, telepon, *AC,* dan *Shower Bath.* Tipe ekonomi terdiri dari :

   a. *Comfort suite* terletak di lantai I dan II yang berjumlah 8 kamar.
   b. *Comfort Twin/Double* terletak di lantai I dan II yang berjumlah 46 kamar.

Hotel Merpati Pontianak terletak di Jalan Imam Bonjol No. 111, hotel ini memilik 173 kamar dengan beberapa macam tipe kamar. Fasilitas yang dimiliki setiap kamarnya cukup lengkap sehingga dapat memberikan kenyamanan pada tamunya. Fasilitas yang terdapat dalam kamar ada pendingin ruangan, meja tulis, kamar mandi, televisi satellite, layanan 24 jam, *safety box,* air minum gratis. Fasilitas hotel terdapat tempat parkir mobil dan bebas parkir, *24-hour customer service*, *coffee shop, restaurant,*

taxi service, laundry, free wifi, mini bar, telphone service, room meeting, dan layananan keamanan 24 jam.

Sedangkan untuk ketersediaan kamar dan penjualan kamar selama 3 (tiga) tahun terakhir Hotel Merpati Pontianak dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 1.4
Hotel Merpati Pontianak
Ketersediaan Kamar dan Jumlah Penjualan Kamar
Tahun 2016-2018

No.	Tipe Kamar	Jumlah Kamar	Ketersediaan Kamar 2016-2018	Jumlah Penjualan		
				2016	2017	2018
1.	*Business Suite*	1	360	360	360	360
2.	*SuperiorTwin/Double*	62	22.320	9.964	8.243	10.470
3.	*Standart Twin/Double*	55	19.800	6.643	5.976	4.678
4.	*Standart Single*	1	360	360	360	360
5.	*Comfort Suite*	8	2.880	1.301	1.288	1.422
6.	*Comfort Twin/Double*	46	16.560	5.096	4.381	4.986
Jumlah		**173**	**62.280**	**23.724**	**20.608**	**22.276**

Sumber : Data Olahan, 2019

Tabel 1.4 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan kamar di Hotel Merpati Pontianak pada Tahun 2016 ke Tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 13,13% dan mengalami peningkatan pada Tahun 2018 sebesar 8,09%.

Sedangkan untuk harga dan tipe pada Hotel Merpati Pontianak dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Tabel 1.5
Hotel Merpati Pontianak
Harga dan Tipe Kamar
Tahun 2019

Lantai	Tipe Kamar	Harga
I	*Business Suite*	Rp 787.878,00
I&II	*Superior Twin/Double*	Rp 450.216,00
III	*Standart Twin/Double*	Rp 415.584,00
III	*Standart Single*	Rp 374.026,00
I&II	*Comfort Suite*	Rp 285.714,00
I&II	*Comfort Twin/Double*	Rp 251.082,00
Extra Bed		Rp 86.364,00

Sumber: Hotel Merpati Pontianak, 2019

Pada Tabel 1.6 dijelaskan beberapa tipe kamar Hotel Merpati Pontianak dengan harga yang relatif murah, dengan harapan dapat menarik minat pelanggan untuk menginap di hotel tersebut.

Dari banyaknya tipe kamar pada Hotel Merpati Pontianak peneliti memilih Tipe Kamar *Standart Twin/Double* karena tipe kamar ini termasuk jenis kamar yang terjangkau untuk semua kalangan. Penulis melakukan wawancara kepada pemimpin dan staf Hotel Merpati Pontianak terkait layanan yang diberikan kepada konsumen.

Penulis juga melakukan wawancara kepada konsumen yang menggunakan kamar *standart twin/double* Hotel Merpati Pontianak terkait layanan yang diterima. Dari hasil wawancara kepada konsumen, diketahui tentang keluhan konsumen, yaitu:

1. *AC* yang kurang dingin
2. Cat kamar yang sudah kusam
3. Masih menggunakan televisi tabung
4. *Shower bath* yang tidak deras
5. Lemari es yang kurang dingin

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen memilih kamar tipe *standart twin/double* di Hotel Merpati Pontianak".

B. Permasalahan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu "Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Merpati Pontianak?"

C. Pembatasan Masalah

Dari uraian di atas, penelitian membatasi ruang lingkup permasalahan pada variabel kualitas pelayanan, pada lima dimensi kualitas pelayanan/kualitas jasa :

1. Keandalan (*reliability)*
2. Daya Tanggap *(responsiveness)*
3. Jaminan *(assurance)*
4. Empati *(empathy)*
5. Produk-produk fisik *(tangibles)*

Pembatasan masalah pada variabel loyalitas dibatasi oleh beberapa karakteristik, yaitu :

1. Melakukan pembelian secara teratur *(makes regular repeat purchases)*
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa *(purchase across product and services lines)*
3. Merekomendasikan produk lain *(refers other)*
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing *(demonstrates on immunity to the full of the competition)*

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Merpati Pontianak.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

   Untuk memperoleh gambaran tentang pokok masalah yang ada di Hotel Merpati Pontianak dan membandingkan dengan teori yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

   Sebagai bahan masukan bagi perusahaan terhadap pokok masalah yang telah disesuaikan dengan teori yang ada.

3. Bagi Almamater

   Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang mengambil topik yang sama pada masa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler (2005) dalam Sangadji dan Sofiah (2013:93) : "Jasa sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu".

Menurut Parasuraman (2002) dalam Sangadji dan Sofiah (2013:100) mengemukakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. Keandalan *(reliability),* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat *(accurately)* dan kemampuan untuk dipercaya *(dependably),* terutama memberikan jasa secara tepat waktu *(on time),* dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap *(responsiveness),* yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan *(assurance),* meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya, dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko.
4. Empati *(empathy),* yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. Produk-produk fisik *(tangibles),* tersediannya fasilitas fisik perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Menurut Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104) menyatakan *"Loyalitas is defined as non randow purchase expressed over time by some decision making unit"*, artinya "Loyalitas lebih mengacu pada perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari perusahaan yang dipilih".

Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:105) menyatakan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases).*
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa *(purchase across product and services lines).*
3. Merekomendasikan produk lain *(refers other).*
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing *(demonstrates on immunity to the full of the competition).*

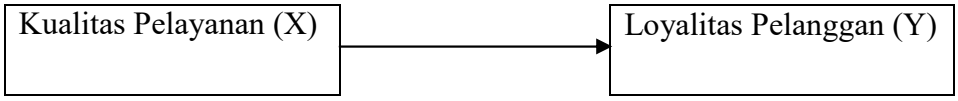
Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang kualitas pelayanan dan loyalitas antara lain:

1. Putri (2014) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Grand Royal Panghegar Bandung", menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
2. Juhari (2012) dalam penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Centrum Pangkal Pinang", menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Dengan demikian kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode menurut Sugiyono (2016:540) : "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat menggambarkan suatu fenomena, peristiwa, gejala, baik menggunakan data kuantitatif maupun kualitatif". Penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan berpengaruh dalam loyalitas konsumen.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37) : "Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan". Adapun cara mendapatkan data primer yaitu sebagai berikut :

1) Observasi

Menurut Siregar (2017:42) : "Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut". Penulis mengadakan pengamatan langsung di Hotel Merpati Pontianak, khususnya yang menyangkut aktivitas karyawan, pelayanan yang diberikan terhadap konsumen dan aktivitas lain yang berkaitan

dengan permasalahan yang dibahas. Prosses dalam pelayanan konsumen pada Hotel Merpati Pontianak, dimulai dari konsumen dipersilahkan masuk dan menuju ke bagian *customer service* untuk melakukan *check in* setelah itu konsumen dapat menunggu beberapa saat kamar disiapkan, setelah kamar siap konsumen akan diantar dan barang konsumen akan dibawa oleh *bellboy* yang bertugas membantu membawakan barang-barang milik tamu yang akan menginap ke dalam kamar pesanan tamu.

2) Wawancara

Menurut Siregar (2017:40) : "Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara". Teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pimpinan Hotel Merpati Pontianak, dan para staf untuk memperoleh data dan informasi yang di inginkan.

3) Kuesioner

Menurut Siregar (2017:44) :"Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada". Penulis memberikan daftar

pertanyaan kepada konsumen pengguna jasa pelayanan yang berkenaan dengan masalah yang diteliti.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37) : "Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya". Data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari berbagai literatur, daftar pustaka serta laporan perusahaan yang erat kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:148) :"Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan kamar tipe *standart twin/double* dari Hotel Merpati Pontianak.

b. Sampel

Menurut Siregar (2017:5) : "Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi". Tujuan dari pengambilan

sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi. Mengingat jumlah populasi yang tidak terbatas, maka pengambilan sampel menggunakan rumus Michel sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{a-2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Siregar, 2017: 62

Keterangan :

n = Sampel

p = proposi populasi

q = 1-*p*

Z = tingkat kepercayaan/signifikan

maka $n = \frac{(Z_{a/2})^2 p \cdot q}{e^2}$

$$n = \frac{(1,62)^2 0,3.0.7}{(0.1)^2}$$

= 56,8

= 57 orang

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel minimal yang diteliti adalah sebanyak 57 orang. Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel sebanyak 100 orang. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling.*

Menurut Sugiyono (2016:156) : "*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Pertimbangan atau kriteria penentuan sampel adalah pelanggan yang sudah menggunakan jasa kamar *standart twin/double* lebih dari 1 kali dan menggunakan kamar atas kemauan sendiri.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:95) : "Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya". Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

a. Variabel Bebas (*independent variabel)*

Menurut Sugiyono (2016:96) : "Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)". Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat *(dependent variabel)*

Menurut Sugiyono (2016:97) : "Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas". Variabel terikat *(dependent variabel)* dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen yang diberikan tanda notasi Y.

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:168) : "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan, dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebarkan, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan yaitu:

Tabel 1.7
Skor Pernyataan Responden

No.	Kualitas Layanan		Loyalitas Konsumen	
	Pernyataan	Skor	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Alat Analisis

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75) : "Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur

apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)".

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pasien dengan skor total pernyataan.Uji validitas dilakukan dengan teknik *Product Moment Pearson*. Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut :

a) Jika r hitung ≥ r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid).
b) Jika r hitung <r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87) : "Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten". Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Siregar (2017:90) : "Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha*> 0,60".

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153) : "Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi

data berdistribusi normal atau tidak". Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 16.00 *for windows.*

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Siregar (2017:379) : "Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)".

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Siregar, 2017:379

Dimana :

$\hat{Y}$ = Loyalitas Konsumen

adan b = Konstanta

X = Kualitas Pelayanan

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337) : "Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel". Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria sebagai berikut :

Tabel 1.8

Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338) : "Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)". Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen

amat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model

Uji F atau *Godness of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Menurut Priyatno (2013:81) : "Uji kelayakan adalah model (uji F) pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak". Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi.Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Langkah-langkah dalam melakukan uji kelayakan model adalah sebagai berikut :

1) Membuat Hipotesis

H_0 = Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

H_a = Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

2) Menghitung nilai F_{hitung}

Nilai F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 16.00 *for windows*.

3) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Hasil uji (F_{hitung}) akan dibandingkan dengan Ft_{abel}. Nilai Ftabel diperoleh dengan melihat df1 (var - 1 = 2 - 1 = 1) dan df2 (n - k - 1 = 100 - 1 - 1 = 98) dengan α = 5%, maka nilai F_{tabel} dapat dilihat pada Tabel distribusi F untuk probabilitas 0,05 yang ada pada kolom ke 1 baris ke 98 yaitu sebesar 3,94.

4) Membuat keputusan

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahsan pada bab sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 21-30 tahun, diominasi oleh konsumen berjenis kelamin laki-laki, berstatus menikah, bekerja di bidang swasta, memiliki pendapatan Rp 1.200.000,00 – Rp 8.199.999,00 dan melakukan pemesanan kamar sebanyak 2 kali.
2. Hasil perhitungan regresi linier sederhana di peroleh persamaan yaitu :

   $\hat{Y} = 2,573 + 0,386X$
3. Hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,308. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas adalah rendah.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,095. Hal ini berarti bahwa 9,5% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 90,5% loyalitas konsumen di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai F hitung 10,263> F tabel 3,94.Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat

digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis kemukakan beberapa saran pada Hotel Merpati Pontianak sebagai berikut:

1. Hotel merpati Pontianak diharapkan dapat meningkat kan keterampilan dan pengetahuan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan termasuk pelanggan kamar *standart twin/double.*
2. Hotel Merpati Pontianak harus memperhatikan dan meningkatkan semua aspek layanan kepada konsumen. Aspek keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan fasilitas yang mendukung dalam proses layanan harus diperhatian dan ditingkatkan agar tercipta loyalitas dari konsumen.
3. Hotel Merpati Pontianak disarankan untuk memperbaiki fasilitas kamar *standart twin/double* seperti *AC* yang kurang dingin, cat kamar yang sudah kusam, mengganti televisi LED, *shower bath* yang tidak deras dan lemari es yang kurang dingin.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2016. ***Manajemen Pemasaran***, Rajawali Press, Jakarta.

Juhari. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Centrum Pangkal Pinang. ILMIAH Vol.4 (03), 1 – 7.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***. Edisi Ke-12. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. ***Manajemen Pemasaran***. Edisi Ke-13.Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. ***Manajemen Pemasaran***. Edisi Ke-13.Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Priansa, Doni Juni. 2017. ***Perilaku Konsumen***. CV. Alfabeta, Bandung.

Priyanto, Dwi. 2013. ***Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisis Dan Uji Statistik.*** Medikom. Yogyakarta.

Putri, Meinda Dewinta. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Grand Royal Panghegar Bandung. ISSN. 2089 – 1040. Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis Vol. IV

Siregar, Syofian. 2017. ***Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif***. Cetakan 4. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. 2013. ***Perilaku Konsumen***. CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Sugiyono. 2016. ***Metode Penelitian Manajemen.*** CV. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2012. ***Service Management***. Edisi 2. CV. Andi Offset, Yogyakarta.