

LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS PADA LORIN HOTEL SOLO)

Budiawan Hendratmo.
Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen,
Universitas Islam Batik Surakarta

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Lorin Hotel Solo, dan untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Lorin Hotel Solo.

Dalam penelitian ini, jenis penelitiannya termasuk penelitian asosiatif yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang disebar pada tamu atau konsumen pengguna Hotel Lor In. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil kuisisioner yang diisi oleh responden, dan sekunder yang berupa jumlah pengguna atau tamu Hotel Lor In. Metode analisis data yang digunakan analisis kualitatif, uji validitas dan uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji f (uji bersama-sama), dan uji t (uji parsial).

Hasil penelitian menggunakan regresi linier berganda ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Uji F ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Uji t (uji parsial) ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan*

A. Latar Belakang Masalah

Yang menjadi latar belakang dari penelitian ini adalah bahwa bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya.

Bila tidak adanya suatu kesadaran tentang *service quality* yang baik di Lorin Hotel Solo akan mengakibatkan tidak terpenuhinya kepuasan konsumen seperti apa yang diharapkan. Maka dari itu perlu adanya penelitian tentang *kualitas pelayanan* untuk membantu Lorin Hotel Solo supaya tetap menjadi Hotel terbesar yang mempunyai konsep resort di Solo yang mampu bersaing dan merebut pangsa pasar di Soloraya. Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa kepada konsumen dapat mengakibatkan banyaknya kerugian yang akan berdampak pada perusahaan.

Fasilitas dan ciri khas harus lebih di tonjolkan. Untuk karyawan Lorin Hotel Solo pastinya harus lebih smart, smile & speed. Kemudian Bangunannya memiliki konsep resort.

Bertitik tolak pada latar belakang masalah diatas maka penulis mencoba untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Lorin Hotel Solo dengan judul :“**Loyalitas pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanandi Lorin Hotel Solo**”.

B. Permasalahan

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Kualitas Pelayanan* berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan di Lorin Hotel Solo ?
2. Apakah *Kualitas Pelayanan* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di Lorin Hotel Solo

C. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

Pengertian dari Kualitas Pelayanan menurut ahli di bidangnya dapat diuraikan sebagai berikut ini :

Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata telah mereka terima. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, dan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. (Fandy Tjiptono, 2008 : 99).

Parasuraman, dkk dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2009), “mengemukakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat tergantung pada kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan”. Mereka berpendapat bahwa jasa terdiri dari lima dimensi diantaranya yaitu berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

2. Kepuasan Pelanggan

Pengertian atau definisi dari pelanggan menurut para ahli di bidangnya dapat diuraikan sebagai berikut :

Menurut Fandy Tjiptono (2008:24) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian.kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya.

Faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono, yaitu : Kualitas Produk / jasa, Kualitas pelayanan, Faktor Emosional, dan Harga.

3. Loyalitas Pelanggan

Definisi atau pengertian dari loyalitas pelanggan dapat diterangkan seperti dibawah ini :

Menurut Gramer dan Brown dalam bukunya, memberikan definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, pelanggan yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. (Gramer dan Brown dalam Utomo, 2006 : 27).

Loyalitas pelanggan dapat dikelompokkan kedalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*). Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai "sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu".

Faktor-faktor Loyalitas pelanggan, yaitu sebagai berikut :

Basu Swastha dan Handoko dalam bukunya Joko Riyadi, menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan
- b. Kualitas Pelayanan, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan
- c. Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya
- d. Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing.
- e. Biaya, orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas.

4. Pengertian Hotel

Pengertian atau definisi tentang Hotel dapat diuraikan sebagai berikut :

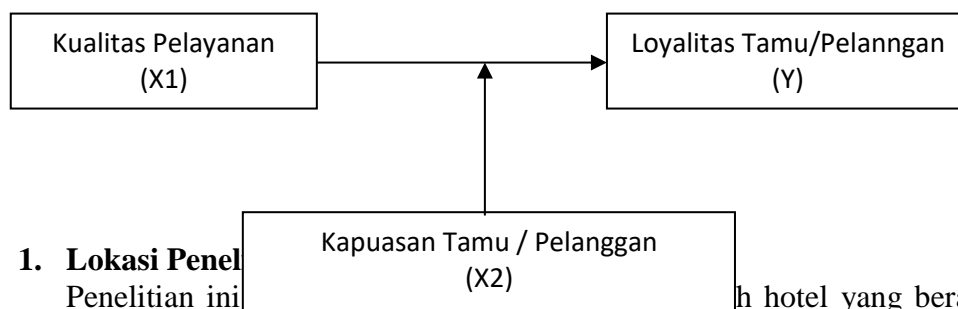
Hotel Proprietors Act dalam Sulastiyono (2002), "Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman serta fasilitas kamar untuk beristirahat (tidur) kepada orang-orang yang sedang melakukan aktivitas perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (seperti membeli barang yang disertai dengan perundingan-perundingan sebelumnya)". Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan fasilitas hotel diperuntukkan tidak hanya terbatas pada tamu-tamu yang menginap di hotel saja, akan tetapi kepada setiap orang yang menggunakan fasilitas hotel. Fasilitas penunjang di luar kamar seperti restoran, bar, kolam renang, bisnis *center* dan lainnya dapat dinikmati oleh tamu-tamu yang tidak menginap di hotel.

D. Metode Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini menggunakan jenis penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiono, 2007:10-11).

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Kerangka Pemikiran Penelitian



1. Lokasi Penelitian
 Penelitian ini

diadakan di salah satu hotel yang beralamatkan di Jalan Adi Sucipto Nomor. 47 Karanganyar, Solo, Jawa Tengah

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini meliputi tamu atau pelanggan yang pernah menggunakan jasa dari Hotel Lor In.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Dimana menurut Sugiyono (2012:68) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden yang diambil dari pelanggan atau tamu-tamu di Hotel Lor In Solo.

3. Data yang digunakan

a. Data Primer

Data primer disebut juga sebagai data asli, antara lain observasi, wawancara, diskusi dan penyebaran kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau di kumpulkan tidak secara langsung, yaitu penyebaran kuesioner pada pelanggan atau tamu di Hotel Lor In Solo dan data sekunder yaitu gambaran umum Hotel Lor In Solo

4. Teknik Pengumpulan Data

Yaitu dengan cara :

- a. Wawancara, adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden
- b. Dokumentasi, adalah catatan bertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lain.
- c. Observasi, adalah peneliti mencatat sebagaimana yang mereka saksikan dalam melakukan penelitian.
- d. Angket (Kuisisioner). disusun dalam kalimat tanya sedangkan angket disusun dalam bentuk kalimat.
- e. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuisisioner) dan dokumentasi yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Untuk mengkuantifikasi data kualitatif digunakan skala *Likert* dengan jawaban responden sebagai berikut :

Sangat Setuju	: SS	dikuantitatifkan = 5
Setuju	: S	dikuantitatifkan = 4
Netral	: N	dikuantitatifkan = 3
Tidak Setuju	: TS	dikuantitatifkan = 2
Sangat Tidak Setuju	: STS	dikuantitatifkan = 1

Teknis Analisis dalam penelitian ini adalah :

a. Uji Instrumen

- 1) **Uji Validitas** Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan.
- 2) **Uji Reliabilitas**, Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0,60. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha >$ 0.6
- 3) Regresi **Linier Berganda**

Analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), persamaannya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + E$$

Keterangan:

- Y : Loyalitas tamu/pelanggan
 X₁ : Kualitas Pelayanan
 X₂ : Kepuasan tamu/pelanggan
 a,b₁,b₂ : Koefisien regresi linear berganda
 E : Error/residual

4) Uji Hipotesis

a) **Uji F**, Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y secara bersama-sama. Metode yang digunakan untuk menentukan uji F menggunakan program SPSS *for Windows* Versi 22.00 dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df)= n-k-1

b) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Metode yang digunakan untuk menentukan uji t menggunakan program SPSS *for Windows* Versi 22.00 dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df)= n-k-1

c) Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui uraian yang diterangkan oleh persamaan regresi yaitu mengetahui uraian yang dapat diterapkan oleh persamaan regresi yaitu mengetahui seberapa besar Variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Untuk melihat besarnya variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas adalah dengan melihat nilai *R Square*, atau menggunakan rumus : $R^2 \times 100\%$. Kriteria signifikan atas pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo. $R^2 = 1$, artinya bahwa ada model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Dan jika $R^2 = 0$, mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo.

E. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan dari judul penelitian yaitu Loyalitas pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan di Lorin Hotel Solo, dimana penelitian ini terdiri dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yakni meliputi data mengenai kualitas pelayanan (X₁), kepuasan pelanggan (X₂) dan loyalitas pelanggan (Y). Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 100 orang pelanggan yang sering berkunjung atau menginap/menggunakan Hotel Lor In. Dari 100 responden dimintai pendapatnya melalui kuisioner dibagikannya.

Hasil penelitian melalui penyebaran kuisioner tersebut, kemudian diuji untuk mendapatkan hasil rumusan masalah diatas. Hasil dari Uji Instrumen yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuisioner dari masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan menggunakan program SPSS, Selanjutnya pengujian validitas data dengan

menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 5%. Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 100 responden, maka $r\text{-tabel } df = n - 2$ dengan taraf signifikan 5%, $df = 100 - 2 = 98$, maka $r\text{-tabel} = 0,197$. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$ dan $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handai sebagai alat ukur variabel. *Cronbach's Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50), untuk pengujian biasanya menggunakan batasan 0,6.

Tabel. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Stabdar Reabilitas	Keterangan
Loyalitas Pelanggan	0,709	0,60	Reliabel
Kualitas Pelanggan	0,767		
Kapuasan Pelanggan	0,692		

Sumber : Hasil dari Pengolahan Data

Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan semua dinyatakan reliabilitas atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

3. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Lor In Solo.

Tabel. Coefficients'

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan)	1,155	,776		2,488	,014
Kualitas pelayanan	,423	,072	,559	5,845	,000
Kepuasan pelanggan	,415	,065	.168	5,757	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh koefisien regresi masing masing variabel yaitu nilai konstanta (*Constant*) sebesar 1,155, koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,423 dan koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,415. Dari koefisien tersebut dapat dibentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,155 + 0,423 X_1 + 0,415 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstanta sebesar 1,155 (positif), menunjukkan bahwa seandainya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah 0 maka loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo adalah sebesar 1,155.

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,423 (positif), artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 maka loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo akan meningkat sebesar 0,423 dan sebaliknya apabila variabel kualitas pelayanan menurun 1 maka loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo akan ikut menurun sebesar 0,423 dengan asumsi variabel kepuasan pelanggan tetap. Nilai koefisien variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,415 (positif), artinya jika variabel kepuasan pelanggan meningkat 1 maka loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo akan meningkat sebesar 0,415 dan sebaliknya apabila variabel kepuasan pelanggan menurun 1 maka loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo akan menurun sebesar 0,415, dengan asumsi variabel keualitas pelayanan tetap.

4. Uji F

Anova (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel. Anova*

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130,153	2	65,077	41,087	,000"
	Residual	153,637	97	1,584		
	Total	283,790	99			

a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

b. Predictors: (Constant), kepuasan_pelanggan, kuaiitas_pelayanan

Berdasarkan tabel anova tersebut, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 41,087 sedangkan F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$. $df_1 = 2-1 = 1$, $df_2 = 100-2 = 98$ adalah sebesar 3,94.

Pada penelitian ini F_{hitung} (41,087) > F_{tabel} (3,94), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan **secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian secara simultan hipotesis terbukti.**

5. Uji t

Pada Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. Coefficients'

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constan)	1,155	,776		2,488	,014
	Kualitas pelayanan	,423	,072	,559	5,845	,000
	Kepuasan pelanggan	,415	,065	.168	5,757	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_)elanggan

Nilai t_{tabel} dengan taraf nyata (α) = 5% dan df ($n-2$) - $100-2 = 98$, adalah sebesar 1,684.

Berdasarkan tabel *Coefficients* diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 5,845, hal ini berarti t_{hitung} (5,845) > t_{tabel} (1,684) dan sig (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo.

Berdasarkan tabel *Coefficients* diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 5,757, hal ini berarti t_{hitung} (5,757) > t_{tabel} (1,684) dan sig (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan Hotel Lor In Solo.

Tabel. Model Summary''

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,677'	.459	,447	1.259

a. Predictors: (Constant), kepuasan_pelanggan, kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R_{square} (R^2) sebesar 0.459, angka tersebut menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo, dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 67,7% sedangkan sisanya merupakan faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi merupakan bagian dari keragaman variabel Y (terikat) yang dapat diterangkan atau diprhitungkan oleh kergaman variabel X (bebas), yaitu koefisien yang mengukur besarnya persentase kontribusi variasi X terhadap Y. Dalam penelitian ini nilai menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 67,7%, artinya jika ada peningkatan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka meningkat pula loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo. Sebaliknya jika ada penurunan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo.

Menurut kriteria signifikan atas pengaruh variabel $R^2 = 0,677$ (67,7%) yang mempunyai arti bahwa penelitian ini berpengaruh cukup berarti, dikarenakan $R^2 = 0,677$ maka pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, cukup kuat. Meskipun demikian, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan harus menjadi perhatian bagi perusahaan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Pembahasan Penelitian

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. untuk menciptakan kepuasan pelanggan manajemen dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Berbagai perubahan tersebut diharapkan menciptakan kepuasan pelanggan di Hotel Lor In Solo.

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. sikap dan tindakan dalam melayani pelanggan mempunyai nilai *plus* tersendiri bagi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah salah satu unsur penting yang mendorong pelanggan menjadi lebih loyal terhadap jasa yang ditawarkan oleh Hotel Lor In Solo. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli.

Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Dilihat dari tabel t variabel yang paling mempengaruhi adalah variabel kualitas pelayanan hal ini dikarenakan kebanyakan pembeli menjadi pelanggan tetap dan menjadi lebih loyal dikarenakan merasakan puas dengan kualitas layanan akan jasa yang ditawarkan oleh Hotel Lor In Solo tersebut.

F. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dengan regresi linier berganda penelitian yang penulis lakukan pada variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan $Y = 1,155 + 0,423 X_1 + 0,415 X_2$. Hasil pengujian hipotesis Uji F menunjukkan $F_{hitung} (41,087) > F_{tabel} (3,94)$ yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo.

Saran, antara lain : 1) Kepada Hotel Lor In Solo hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan seperti faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. 2) Loyalitas pelanggan seperti faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan karena kepuasan pelanggan Hotel Lor In Solo termasuk dalam kategori penting agar dapat dengan mudah mendapatkan loyalitas dari pelanggan, dan 3) Kepada Peneliti lain atau untuk penelitian yang dilakukan selanjutnya hendaknya menambah faktor-faktor lain yang berada diluar penelitian karena peneliti menyadari bahwa masih banyak faktor diluar penelitian yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Hotel Lor In Solo.

Daftar Pustaka

- Basu Swastha dan Handoko dalam Joko Riyadi, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo, Jakarta
- Kotler dan Keller, 2009, *Marketing Manajemen* 13. New jersey : Pearson prentice Hall,inc
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta
- Lupiyadi, Rambat 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sutrisno hadi, 1986. *Metodologi research jilid II*. : Jogyakarta, Andi offset
- Sulastiyono, Agus. 2002. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. ANDI, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, 2011. *Pemasaran Jasa (Prinsip, penerapan, penelitian)*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.