

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL GRAND TEMBAGA DI KOTA TIMIKA

Dessy Sere*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jembatan Bulan Timika, Indonesia

dessy_nikita@ymail.com

Rulan L Manduapessy

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jembatan Bulan Timika, Indonesia

ruanmanduapessy01@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of service at the Grand Copper Hotel and to determine the effect of service quality on customer loyalty at the Grand Copper Hotel. To achieve this goal, this study uses associative research methods. The required data were collected using interview techniques, observation, distribution of research questionnaires and documentation. To analyze the research data, a simple linear regression analysis was used. The results showed that service quality has a significant effect on customer loyalty at the Grand Copper Hotel in Timika City.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Grand Tembaga Hotel dan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel. Untuk mencapai tujuan tersebut maka penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. Adapun data yang dibutuhkan, dikumpulkan menggunakan teknik wawancara, observasi, pembagian angket penelitian dan dokumentasi. Untuk menganalisis data penelitian ini, digunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel di Kota Timika.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Sebagai akibat dari dampak globalisasi yang sudah menyebar hampir ke seluruh bagian kehidupan masyarakat di dunia, yang mengakibatkan peta kekuatan ekonomi dan dunia bisnis diwarnai oleh kompetisi pesaing yang semakin tinggi sehingga dapat menimbulkan ketidakpastian baru yang melampaui kemampuan ramalan antisipasi dari pelaku bisnis itu sendiri. Oleh sebab itu setiap pelaku bisnis perlu berusaha untuk lebih meningkatkan ketangguhan, dan kemampuan mereka dengan mengarahkan setiap kapasitas, energi dan potensi yang ada supaya dapat menguasai persaingan (Sudarso, 2016: 1). Salah satu bisnis yang semakin maju dan berkembang akibat dari dampak globalisasi adalah industri perhotelan.

Industri perhotelan yaitu industri jasa yang menyatukan antara produk layanan jasa. Jasa perhotelan dapat diartikan sebagai layanan yang ditawarkan untuk dijual berupa keramahtamahan, kenyamanan, dan keterampilan karyawan hotel serta keamanan yang ditawarkan oleh hotel tersebut, penyampaian layanan dengan kualitas yang prima akan menciptakan nilai jual yang tinggi yang dapat menghasilkan kepuasan

pelanggan. Oleh karena itu penyampaian layanan dengan kualitas yang prima berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Ciptono dan Candra (Sudarso, 2016: 57), kualitas layanan yang baik akan menimbulkan dorongan lebih bagi para pengguna jasa atau para pelanggan dalam menjalin ikatan relasi jangka panjang dimana ikatan relasi tersebut akan mengakibatkan keuntungan bagi perusahaan. Ikatan emosional semacam ini akan memungkinkan suatu perusahaan agar dapat lebih mengenal dan memahami dengan saksama harapan dan kebutuhan yang lebih detail atau spesifik dari pelanggan.

Dapat dijelaskan bahwa kualitas jasa pelayanan perhotelan adalah layanan yang dijual oleh perhotelan melalui tindakan karyawan hotel berupa keramahtamahan, keterampilan, kenyamanan, dan keamanan kepada pelanggan dengan harapan saling bermanfaat dan menguntungkan dalam waktu yang lebih lama atau jangka panjang. Menurut Javadir (Sudarso, 2016: 15), kualitas layanan berkaitan erat dengan kesetiaan atau loyalitas pelanggan dan akan sangat berhasil atau efektif dalam membangun hubungan yang bermakna antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan. Kualitas pelayanan memiliki dampak langsung pada nilai yang dirasakan. Kualitas layanan yang ditawarkan dapat digunakan sebagai ukuran untuk mencapai keunggulan bersaing atau kompetitif. Dengan demikian, dengan adanya peningkatan mutu layanan jasa yang baik, maka dapat menimbulkan kesetiaan atau loyalitas konsumen yang sangat memungkinkan menarik konsumen baru. Konsumen yang setia atau loyal pada suatu produk jasa dapat dikatakan konsumen tersebut telah merasa terpenuhi atau terpuaskan kebutuhan dan keinginannya sehingga dapat melakukan pembelian atau penggunaan jasa berulang kali. Hal itu sangat bermanfaat dan menguntungkan perusahaan, karena dengan terpenuhi dan terpuasnya kebutuhan konsumen maka konsumen tersebut tidak akan berpindah atau berpaling ke perusahaan lain.

Implementasi atau penerapan kualitas layanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perhotelan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (servis) yang baik bagi pengguna jasa dengan maksud untuk meningkatkan rasa puas konsumen. Kualitas atau Keunggulan Jasa yang ditawarkan dan diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap layanan jasa tersebut. Agar dapat mengetahui apakah suatu perusahaan jasa dalam hal ini jasa perhotelan telah memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka perlu dilakukan penilaian, pertimbangan dan evaluasi dari sisi konsumen.

Berkaitan dengan evaluasi dari sisi konsumen terkait dengan kualitas pelayanan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di “Grand Tembaga Hotel” untuk mengetahui apakah konsumen loyal dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak “Grand Tembaga Hotel” yang akan digunakan sebagai strategi dalam menghadapi persaingan jasa perhotelan di Kabupaten Mimika. Oleh karena itu judul yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Grand Tembaga di Kota Timika.

METODE PENELITIAN

Untuk menjawab rumusan masalah pertama maka peneliti akan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui kualitas pelayanan Grand Tembaga Hotel. Sedangkan Untuk menjawab rumusan masalah kedua maka peneliti akan menggunakan metode asosiatif. Menurut (Siregar, 2013: 101), metode asosiatif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya

hubungan keberadaan variabel dari dua kelompok data atau lebih. Metode asosiatif pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap persaingan jasa perhotelan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari tiga bagian yaitu, sebagai berikut : 1) Populasi subjek penelitian. Populasi subjek dalam penelitian ini adalah Grand Tembaga Hotel di Kabupaten Mimika. 2) Populasi responden. Populasi responden dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna jasa pada Grand Tembaga Hotel, dimana responden akan memberikan respon (jawaban) terhadap pertanyaan- pertanyaan melalui kuesioner. 3) Populasi objek penelitian yang menjadi populasi objek penelitian adalah persaingan jasa perhotelan di Kabupaten Mimika.

Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna jasa pada Hotel Grand Tembaga, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah seratus konsumen sebagai responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak (*probabilitas*) dengan cara pengambilan *sampling random* dimana pengambilan sampel dengan cara semua objek atau elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kuantitatif, (Yusuf, 2014: 58), data kuantitatif adalah data atau informasi diperoleh dengan memandang tingkah laku manusia yang dapat diramal, realitas sosial, objektif dan dapat diukur dan dapat dihitung secara langsung dalam bentuk angka, maka data kuantitatif dapat di proses menggunakan rumus matematika atau dapat juga di analisis dengan sistem statistik.

Sumber Data

1. Sumber primer adalah data yang diperoleh dari hasil kuesioner terbuka pada konsumen atau pengguna jasa Grand Tembaga Hotel Kabupaten Mimika.
2. Sumber sekunder adalah sumber yang diperoleh dari berupa dokumen- dokumen yang berhubungan dengan dengan penelitian seperti jumlah konsumen, profil hotel, struktur organisasi hotel, visi dan misi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang di gunakan dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara; 1) Wawancara, adalah teknik pengumpulan data dengan cara wawancara langsung pada karyawan Grand Tembaga Hotel yang berkaitan dengan penelitian. 2) Mengadakan observasi adalah kegiatan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan tugas karyawan Grand Tembaga Hotel dengan tujuan untuk mendapat data yang akurat serta untuk mengetahui relevansi jawaban responden dalam kaitannya dengan tugas dan tanggung jawab karyawan dan lingkungan sekitar pada "Grand Tembaga Hotel". 3) Pembagian kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang disusun berdasarkan pada variabel penelitian yang diajukan kepada responden dan disebarkan kepada seratus responden. 4) Dokumentasi adalah penelitian yang dilakukan dengan

memanfaatkan dokumen-dokumen yang tersedia pada tempat penelitian khususnya menyangkut dokumen yang relevan dengan objek penelitian ini serta dokumen personil lainnya.

Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian adalah sebagai berikut :1) Wawancara. Instrumen panduan wawancara adalah melalui catatan wawancara langsung dengan pegawai guna mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian. 2) Panduan obsevasi. Instrumen panduan *observasi* adalah catatan *observasi* melalui kegiatan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan tugas karyawan. 3) Kuesioner atau Angket. Instrumen kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan berdasarkan pada variabel penelitian yang diajukan kepada seratus responden. 4) Dokumentasi. Instrumen Dokumentasi adalah lembar ceklis dokumen untuk mengecek dokumen- dokumen yang sudah di peroleh guna keperluan penelitian.

Instrumen Analisis Data

Instrumen analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui analisis regresi sederhana. Analisis Regresi Sederhana merupakan salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*variable independent*) terhadap satu variabel yang tak bebas/ terikat (*variable dependent*). Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*variable independent*) yaitu kualitas pelayanan dan satu variabel tak bebas/ terikat (*variable dependent*) yaitu persaingan jasa perhotelan. Dalam model regresi linier sederhana *variable independen* menerangkan *variable dependen*. Dalam analisis regresi linier sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap.

Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksikan besaran nilai variabel tak bebas/ terikat (*variable dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*variable independent*)

Rumus R egresi Linier Sederhana :

$$Y = \alpha + b.X$$

Dimana: Y = Loyalitas Pelanggan (Variabel tak bebas/ terikat)

X = Kualitas Pelayanan (Variabel bebas)

α = Kostanta

b = Koofisien Regresi

Dalam menganalisis penulis menggunakan bantuan Software SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Pada Grand Tembaga Hotel

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diartikan sebagai mutu layanan atau seberapa baik layanan Grand Tembaga Hotel untuk memenuhi harapan konsumen dan kebutuhan konsumen yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Dalam mengukur kualitas pelayanan pada Grand Tembaga Hotel, digunakan lima dimensi, yakni *tangible*, *empaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

Berikut disajikan deskripsi kualitas pelayanan pada Grand Tembaga Hotel menurut dimensinya.

Tangible

Tangible adalah kemampuan Grand Tembaga Hotel untuk mengukur fasilitas jasa fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi. Dimensi ini menekankan kemampuan penyedia jasa untuk menyediakan fasilitas fisik seperti gedung, tata letak peralatan, *interior* dan *exterior*, serta penampilan fisik dari personel penyedia jasa.

Dimensi ini terdiri atas empat indikator, yang meliputi hal-hal di bawah ini:

1. Tampilan luar gedung Grand Tembaga Hotel memiliki daya tarik bagi pelanggan (X1.1).
2. Setiap ruangan Grand Tembaga Hotel (reservasi, ruang tunggu, resto, kamar, dll) tertata rapi dan selalu dalam keadaan bersih (X1.2).
3. Fasilitas yang dimiliki di Grand Tembaga Hotel sangat memadai (X1.3).
4. Seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel berpenampilan rapi dan menarik (X1.4).

Berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan dimensi *tangible*, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.1
Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden
Terhadap Dimensi Tangible

Indikator	Kategori					%
	SS	S	N	TS	STS	
X1.1	21	70	7	2	0	100
X1.2	22	67	11	0	0	100
X1.3	20	68	12	0	0	100
X1.4	21	71	6	2	0	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa 21% responden menyatakan sangat setuju, 70 % responden menyatakan setuju, 7% responden menyatakan netral, dan 2% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator tampilan luar gedung Grand Tembaga Hotel memiliki daya tarik bagi pelanggan. Ini berarti bahwa tampilan luar gedung Grand Tembaga Hotel sudah memberikan daya tarik bagi pelanggan yang menggunakan jasa hotel pada Grand Tembaga Hotel.

Sementara itu, 22% responden menyatakan sangat setuju, 67% responden menyatakan setuju, dan 11% responden menyatakan netral dengan indikator setiap ruangan Grand Tembaga Hotel (reservasi, ruang tunggu, resto, kamar, dll) tertata rapi dan selalu dalam keadaan bersih. Ini berarti bahwa dalam memberikan pelayanannya, Grand Tembaga Hotel juga memperhatikan kebersihan ruangnya agar dapat memberikan kenyamanan bagi setiap pelanggan yang berkunjung.

Untuk indikator fasilitas yang dimiliki di Grand Tembaga Hotel sangat memadai, sebanyak 20% responden menyatakan sangat setuju, 68% responden menyatakan setuju, dan 12% responden menyatakan

netral. Ini berarti bahwa dalam memberikan pelayanannya, fasilitas Grand Tembaga Hotel telah memenuhi harapan. Untuk indikator seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel berpenampilan rapi dan menarik, sebanyak 21% responden menyatakan sangat setuju, 71% responden menyatakan setuju, 6% responden menyatakan netral, dan 2% responden menyatakan tidak setuju. Ini berarti bahwa dalam memberikan pelayanannya, karyawan pada Grand Tembaga Hotel memperhatikan penampilannya.

Emphathy

Empaty adalah kemampuan Grand Tembaga Hotel untuk memahami kebutuhan konsumen serta perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginannya. Dimensi ini terdiri atas empat indikator, yang meliputi hal-hal di bawah ini:

1. Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu bersikap ramah dan penuh perhatian (X2.1).
2. Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu menjaga hubungan baik dengan setiap pelanggan (X2.2).
3. Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel tidak membedakan pelanggan yang satu dengan yang lainnya (X2.3).
4. Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu berusaha untuk memenuhi keinginan pelanggan (X2.4).

Berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan dimensi *emphathy*, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.2
Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Emphathy

Indikator	Kategori					%
	SS	S	N	TS	STS	
X2.1	65	23	10	1	1	100
X2.2	65	25	8	2	0	100
X2.3	67	20	12	1	0	100
X2.4	42	19	39	0	0	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa 65% responden menyatakan sangat setuju, 23 % responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan netral, 1% responden menyatakan tidak setuju dan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan indikator dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu bersikap ramah dan penuh perhatian. Ini berarti bahwa dalam memberikan pelayanannya, karyawan Grand Tembaga Hotel telah berupaya sebaik mungkin untuk selalu

ramah dan memberikan perhatian yang tinggi kepada para pelanggan. Sementara itu, 65% responden menyatakan sangat setuju, 25% responden menyatakan setuju, 8% responden menyatakan netral dan 2% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu menjaga hubungan baik dengan setiap pelanggan. Untuk indikator dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel tidak membedakan pelanggan yang satu dengan yang lainnya, sebanyak 67% responden menyatakan sangat setuju, 20% responden menyatakan setuju, 12% responden menyatakan netral, dan 1% responden menyatakan tidak setuju. Untuk indikator dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu berusaha untuk memenuhi keinginan pelanggan, sebanyak 42% responden menyatakan sangat setuju, 19% responden menyatakan setuju, dan 39% responden menyatakan netral.

Reliability

Reliability (keandalan) adalah kemampuan Grand Tembaga Hotel dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan. Indikator yang diteliti dalam dimensi ini meliputi hal-hal berikut :

1. Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu bersikap profesional (X3.1)
2. Seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai prosedur yang berlaku (X3.2)
3. Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan reservasi di Grand Tembaga Hotel sangat cepat (X3.3)
4. Setiap pelayanan yang diberikan Grand Tembaga Hotel sesuai dengan jadwal yang ditetapkan (X3.4)

Berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan dimensi *reliability*, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.3. Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Reliability

Indikator	Kategori					%
	SS	S	N	TS	STS	
X3.1	18	47	13	22	0	100
X3.2	14	56	8	22	0	100
X3.3	15	51	11	23	0	100
X3.4	40	25	33	2	0	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa 18% responden menyatakan sangat setuju, 47% responden menyatakan setuju, 13% responden menyatakan netral, dan 22% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu bersikap profesional.

Sementara itu, 14% responden menyatakan sangat setuju, 56% responden menyatakan setuju, 8% responden menyatakan netral, 22% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai prosedur yang berlaku. Untuk indikator waktu yang dibutuhkan untuk melakukan reservasi di Grand Tembaga Hotel sangat cepat, sebanyak 15% responden menyatakan sangat setuju, 51% responden menyatakan setuju, 11% responden menyatakan netral, 23% responden menyatakan tidak setuju. Untuk indikator setiap pelayanan yang diberikan Grand Tembaga Hotel sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, sebanyak 40% responden menyatakan sangat setuju, 25% responden menyatakan setuju, 33% responden menyatakan netral, dan 2% responden menyatakan tidak setuju.

Responsiveness

Responsiveness (daya tanggap), adalah kemampuan Grand Tembaga Hotel dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat. Dimensi ini terdiri atas enam indikator yang meliputi hal-hal berikut :

1. Seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel sangat tanggap dalam menangani masalah atau keluhan pelanggan (X4.1)
2. Dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu memberikan penjelasan yang lengkap atas setiap pertanyaan pelanggan (X4.2)
3. Seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan tepat (X4.3)

Berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan variabel *responsiveness*, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.4. Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Responsiveness

Indikator	Kategori					%
	SS	S	N	TS	STS	
X4.1	17	26	11	46	0	100
X4.2	17	28	9	46	0	100
X4.3	21	25	8	46	0	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas, diketahui bahwa 17% menyatakan sangat setuju, 26 % responden menyatakan setuju, 11% responden menyatakan netral, dan 46% responden menyatakan tidak setuju, dengan indikator seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel sangat tanggap dalam menangani masalah atau keluhan pelanggan.

Sementara itu, 17% responden menyatakan sangat setuju, 28% responden menyatakan setuju, 9% responden menyatakan netral, dan 46% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator dalam memberikan pelayanan, seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu memberikan penjelasan yang lengkap atas setiap pertanyaan pelanggan. Untuk indikator seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan tepat, sebanyak 21% responden menyatakan sangat setuju, 25% responden menyatakan setuju, 8% responden menyatakan netral, dan 46% responden menyatakan tidak setuju.

Assurance

Assurance (Jaminan) adalah kemampuan Grand Tembaga Hotel memberikan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan. Dimensi ini terdiri atas tiga indikator, yang meliputi hal-hal di bawah ini :

1. Seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel mampu berkomunikasi dengan baik (X5.1)
2. Seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel memiliki pengetahuan dan keterampilan yang tinggi terkait dengan tugasnya (X5.2)
3. Grand Tembaga Hotel mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggannya (X5.3)

Berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan dimensi *assurance*, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.5. Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Assurance

Indikator	Kategori					%
	SS	S	N	TS	STS	
X5.1	65	22	11	2	0	100
X5.2	61	26	12	1	0	100
X5.3	64	25	10	1	0	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tanggapan responden, diketahui bahwa 65% menyatakan sangat setuju, 22% responden menyatakan setuju, 11% responden menyatakan netral, dan 2% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel mampu berkomunikasi dengan baik.

Sementara itu, 61% responden menyatakan sangat setuju, 26% responden menyatakan setuju, 12% responden menyatakan netral, dan 1% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator seluruh karyawan Grand Tembaga Hotel memiliki pengetahuan dan keterampilan yang tinggi terkait dengan tugasnya. Untuk indikator Grand Tembaga Hotel mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggannya, sebanyak 64% responden menyatakan sangat setuju, 25% responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan netral dan 1% responden menyatakan tidak setuju.

Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian ini, loyalitas diartikan sebagai komitmen atau kesetiaan pelanggan dalam melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa pada Grand Tembaga Hotel. Variabel ini terdiri atas tiga indikator, yang meliputi hal-hal di bawah ini :

1. Pelanggan memutuskan akan kembali menginap di Grand Tembaga Hotel karena semua layanan yang ada di Grand Tembaga Hotel (Y.1)
2. Pelanggan tidak akan terpengaruh untuk menginap di hotel lain (Y.2)
3. Pelanggan akan merekomendasikan Grand Tembaga Hotel kepada pihak lain (Y.3)

Berdasarkan tanggapan responden atas pertanyaan variabel loyalitas, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.6. Jumlah dan Persentase Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas

Indikator	Kategori					%
	SS	S	N	TS	STS	
Y.1	18	71	10	1	0	100
Y.2	13	69	15	3	0	100
Y.3	63	22	12	3	0	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tanggapan responden, diketahui bahwa 18% menyatakan sangat setuju, 71% responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan netral, dan 1% responden menyatakan tidak setuju dengan pelanggan memutuskan akan kembali menginap di Grand Tembaga Hotel karena semua layanan yang ada di Grand Tembaga Hotel.

Sementara itu, 13% responden menyatakan sangat setuju, 69% responden menyatakan setuju, 15% responden menyatakan netral, dan 3% responden menyatakan tidak setuju dengan indikator pelanggan tidak akan terpengaruh untuk menginap di hotel lain. Untuk indikator pelanggan akan merekomendasikan Grand Tembaga Hotel kepada pihak lain, sebanyak 63% responden menyatakan sangat setuju, 22% responden menyatakan setuju, 12% responden menyatakan netral dan 3% responden menyatakan tidak setuju.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana suatu alat ukur tepat dalam mengukur suatu data, atau dengan kata lain apakah alat ukur yang digunakan memang dapat mengukur sesuatu yang ingin diukur agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.

Untuk menguji validitas instrumen/kuesioner, dapat dilakukan dengan teknik Korelasi Pearson Product Moment, yaitu melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Suatu variabel/pertanyaan dikatakan valid bila skor variabel/pertanyaan tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor total, atau dengan kata lain jika nilai r hitung $> r$ tabel maka variabel/pertanyaan dikatakan valid.

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% dan $n=100$, diperoleh hasil output uji validitas dengan bantuan SPSS sebagai berikut:

Tabel 5.7. Hasil Output Uji Validitas Dengan Bantuan SPSS

Variabel	Dimensi/Indikator	r hitung	r tabel	Ket
Kualitas Pelayanan	X1	0,767	0,1654	Valid
	X2	0.536	0,1654	Valid
	X3	0,837	0,1654	Valid
	X4	0,576	0,1654	Valid
	X5	0,361	0,1654	Valid
Loyalitas	Y.1	0,812	0,1654	Valid
	Y.2	0,911	0,1654	Valid
	Y.3	0,870	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil output uji validitas dengan bantuan SPSS tersebut di atas, diketahui bahwa semua variabel pertanyaan yang diajukan kepada responden telah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Instrumen dikatakan reliabel apabila instrument tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas instrument dapat dilakukan dengan teknik Cronbach Alpha yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Instrument dikatakan reliabel apabila nilai reliabilitas lebih besar dari nilai r table. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% dan n = 100, diperoleh hasil output uji reliabilitas dengan bantuan SPSS sebagai berikut:

Tabel 5.8. Hasil Output Uji Reliabilitas Dengan Bantuan SPSS

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,562	0,1654	Reliabil
Loyalitas	0,817	0,1654	Reliabil

Sumber: Hasil Output SPSS Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil output uji reliabilitas dengan bantuan SPSS tersebut di atas, diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah reliabel.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Grand Tembaga Hotel

Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel, maka digunakan analisis regresi linear sederhana. Penggunaan alat analisis regresi linear sederhana ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dikumpulkan, selanjutnya diolah dengan bantuan program SPSS untuk analisa regresi sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 5.9. Nilai Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,125	1,016		1,107	,271
	Kualitas Pelayanan	,175	,019	,675	9,052	,000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022.

Berdasarkan tabel 5.9 di atas maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 1,125 + 0,175X$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dianalisis pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 1,125 artinya besarnya loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel adalah sebesar 1,125 poin yang tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,175 artinya jika kualitas pelayanan (X) mengalami kenaikan sebesar 1 poin, maka loyalitas pelanggan (Y) pada Grand Tembaga Hotel akan mengalami kenaikan sebesar 0,175 poin.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t Statistik)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Berikut merupakan langkah-langkah pengujian signifikansi parsial

Menentukan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Ha : Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 5.9 hasil pengolahan data dengan SPSS diperoleh t hitung sebesar 9,052

Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-1 = 99$ (n adalah banyaknya sampel penelitian dan k adalah jumlah variabel). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,984.

Kriteria Pengujian

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $> t_{tabel}$ ($9,052 > 1,984$) maka H_0 ditolak.

Menarik kesimpulan

Oleh karena nilai t hitung $> t_{tabel}$ ($9,052 > 1,984$) maka H_0 ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 5.10
Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,455	,450	1,64188
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan				

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022.

Berdasarkan tabel 5.10 di atas pada kolom *Adjusted R Square*, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,450 dan hal ini menunjukkan bahwa sebesar 45% variasi dari variabel loyalitas pelanggan (Y) dijelaskan oleh variasi variabel kualitas pelayanan (X), sedangkan sisanya 55% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Pengujian Hipotesa

Untuk menguji hipotesis penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel di Kota Timika, terbukti berdasarkan uji t bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel di Kota Timika. Adapun besarnya persentase sumbangan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar

45%, sedangkan sisanya sebesar 55% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini. Dengan demikian hipotesa penelitian ini, diterima.

Pembahasan

Kualitas pelayanan yang baik merupakan tuntutan pelanggan sejalan dengan peningkatan kebutuhannya. Peningkatan kualitas layanan yang baik tidak harus hanya berasal dari sudut suatu organisasi bisini, tetapi harus pula berasal dari sudut pandang pelanggan.

Grand Tembaga Hotel di Kota Timika harus pula mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Dengan meningkatnya kualitas layanan maka diharapkan kepuasan pelanggan juga akan meningkat, sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grand Tembaga Hotel di Kota Timika merupakan faktor yang sangat berperan sebagai dasar bagi pelanggan untuk memanfaatkan jasa perhotelan yang ditawarkan. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting saat ini, dimana bukti fisik, perhatian, keandalan, ketanggapan dan jaminan Grand Tembaga Hotel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pelanggan selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan, dengan begitu akan muncul persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan pelanggan, dan akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel di Kota Timika, diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *Tangible*, *Emphathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel di Kota Timika. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan berakibat pada semakin baiknya loyalitas pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Tembaga Hotel di Kota Timika. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis dengan uji t yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel}

Saran

Sebagai rekomendasi perbaikan atas kesimpulan penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Grand Tembaga Hotel diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang telah dijalankan selama ini, bahkan kiranya dapat ditingkatkan agar kepuasan pelanggan pun semakin meningkat, sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan.
2. Agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan, maka pihak Grand Tembaga Hotel perlu membenahi pelayanan-pelayanan yang masih dirasakan kurang maksimal oleh pelanggan, yakni pada dimensi *Responsiveness* yang terdiri dari indikator ketanggapan dalam menangani masalah atau keluhan pelanggan, pemberian penjelasan yang lengkap atas setiap pertanyaan pelanggan, dan respon permintaan pelanggan dengan cepat dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, Fitria et al. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Yayasan Kita Menulis, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kustini, Henny. 2017. *General Hotel Management*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta, Indonesia: Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM. 53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel*.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta, Indonesia: Penerbit Kencana, Jakarta.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Edisi 1. Yogyakarta: deepublish, Yogyakarta.
- Supranto, J., and Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Edisi 2. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2021. *Manajemen Jasa*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian*. Edisi 1. Jakarta: Penerbit Kencana, Jakarta.