PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI HOTEL NOVOTEL MAKASSAR

SKRIPSI

Oleh :

FATNI YASHARI SOUMENA

NO. MHS : 314100726

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2018

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI HOTEL NOVOTEL MAKASSAR

SKRIPSI

Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata

Oleh :
FATNI YASHARI SOUMENA
NO. MHS : 314100726

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI HOTEL NOVOTEL MAKASSAR

Oleh :

FATNI YASHARI SOUMENA

NO. MHS : 314100726

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
DR. Hj. Saryani, M.Si.	**Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd.**
NIDN : 0517066001	**NIDN : 0530046603**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pengelolaan Perhotelan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos, M.M. Par
NIDN : 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI HOTEL NOVOTEL MAKASSAR

Disusun oleh

FATNI YASHARI SOUMENA
NO. MHS : 314100726

Telah dipertahankan di depan penguji

dan dinyatakan : **Lulus**

pada tanggal 25 Mei 2018

Penguji	: **Dra. Heni Susilowati, MM** **NIDN : 0505026202**	(_____)
Pembimbing I	: **DR. Hj. Saryani, M.Si.** **NIDN : 0517066001**	(_____)
Pembimbing II	: **Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd.** **NIDN : 0530046603**	(_____)

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, MM
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepajang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 8 Mei 2018
Penulis

Fatni Yashari Soumena

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia –Nya. Terima kasih kepada orang-orang tersayang atas do'a dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Rasa bangga dan bahagia penulis curahkan dan persembahkan kepada :

1. Ibuku tercinta Harisah Abd Rasyid, Bapak ku Muhammad Yasin Soumena, kakak ku Fadly Yashari Soumena, adikku Fauziyah Yashari Soumena, dan semua keluarga besarku terima kasih atas doa, motivasi, semangat yang telah diberikan.
2. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji, dan pengajar yang selama ini tulus dan ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun, mengarahkan, dan memberikan bimbingan serta pelajaran yang tiada ternilai harganya kepada penulis, sehingga penulis menjadi pribadi lebih baik. Terimakasih banyak bapak dan ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri dihati.
3. Ibu Ivonne, Ibu dina, kakak fera, kakak lia, kakak sonia, kakak cece, kakak nabila, kakak apry dan seluruh keluarga besar Hotel Novotel Makassar khususnya Front Office Department.
4. Keluarga besar Relawan Peduli Lansia Yogyakarta terima kasih atas dukungan dan doanya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dari hati yang terdalam penulis ucapkan atas ke hadirat Allah SWT karena telah memberikan kekuatan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Novotel Makassar" ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar kesarjanaan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi sedikit banyaknya adanya hambatan dan rintangan yang dihadapi penulis, maka pada kesempatan ini ijinkan penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, pengarahan serta memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi, di antaranya kepada :

1. Ibu DR. Hj. Saryani, M.Si. selaku dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktunya dan dengan sabar membimbing dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Nuharani Erningdyah, M.Pd selaku dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktunya dan dengan sabar membimbing dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Heni Susilowati, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah rela meluangkan waktunya untuk penulis.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

5. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, M.M. Par selaku Ketua Jurusan Perhotelan.
6. Semua pihak yang telah membantu baik dalam hal penelitian sampai penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua baik yang menulis maupun yang membaca. Amin.

Yogyakarta, 8 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN iii
BERITA ACARA UJIAN iv
HALAMAN PERNYATAAN v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
ABSTRAK xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Batasan Masalah 5
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 6

BAB II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori 8
B. Kerangka Pemikiran 19
C. Penelitian Terdahulu 20
D. Hipotesis Penelitian 22

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 23
B. Lokasi Dan Watu Penelitian 23

C. Populasi Dan Sampel 23

D. Variabel Dan Indikator 25

E. Metode Pengumpulan Data 27

F. Metode Analisa Data 30

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian 34

B. Deskripsi Uji Kelayakan Instrumen 41

C. Hasil Analisa Data 46

D. Pembahasan 52

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan 55

B. Saran 56

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin .....

Table 4.2 Karateristik Pendidikan .....

Table 4.3 Karakteristik Usia .....

Tabel 4.4 Validitas 1.....

Tabel 4.5 Validitas 2.....

Tabel 4.6 Validitas 3.....

Tabel 4.7 Validitas 4.....

Tabel 4.8 Validitas 5.....

Tabel 4.9 Validitas 6.....

Tabel 4.10 Reliabilitas.....

Tabel 4.11 Regresi linear berganda .....

Tabel 4.12 Hasil Uji f .....

Tabel 4.13 Koefisien Determinasi R2 .....

Tabel 4.14 Hasil Uji t .....

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Kuisioner

Lampiran 3 Output Regresi

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Kualitas pelayanan jasa merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Dimensi kualitas pelayanan jasa pada prinsipnya berfokus pada upaya mencapai apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan oleh konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas konsumen. Ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 60 responden dan populasinya adalah seluruh tamu yang berkunjung di Hotel Novotel Makassar pada periode bulan Maret 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Jasa terhadap variable dependen yaitu Loyalitas Konsumen dan untuk mengetahui variabel X manakah yang paling berpengaruh terhadap variabel Y. Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas jasa *tangible* (XI), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3) , *assurance* (X4), dan *empathy* (X5). Sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan Y = 13,136 + 0,293 X1 + 0,240 X2 + 0,300 X3 + 0,321X4 + 0,509 X5 dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,332 atau 33,2 % yang berarti kualitas jasa dapat diprediksi dan dapat dijelaskan terhadap variabel Loyalitas konsumen. Dari hasil uji F diketahui nilai variabel bebas secara bersama-sama adalah F hitung = 3,335 sedangkan nilai F tabel = 2,39 (F hitung > F tabel) sehingga terdapat pengaruh terhadap loyalitas konsumen secara bersama-sama. Kemudian dari hasil uji t diketahui nilai t tabel dan nilai t hitung secara bersama untuk masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian dan estimasi data melalui metode regresi berganda menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, variabe independen Kualitas jasa terhadap variabel dependen Loyalitas dibawah tingkat signifikan 0,05 atau 5% terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Loyalias Konsumen di Hotel Novotel Makassar dan berdasarkan uji statistik t diperoleh bahwa nilai t-hitung untuk *Tangible* (XI) 1.899, *Reliability* (X2) 1.711, *Responsiveness* (X3) 1.867, *Assurance* (X4) 1.942, dan *Empathy* (X5) yaitu 1.969, pada t tabel dengan *df* 54 dan taraf signifikan 5% diperoleh 1,673 maka secara parsial variabel independen *Empathy* (X5) merupakan variabel yang paling berpengaruh secara dominan terhadap variabel loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar. Dengan ini hipotesa Ha_1 dan Ha_2 diterima.

Kata Kunci : Kualitas Jasa, Loyalitas Konsumen, Hotel Novel Makassar.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber Daya Manusia dalam suatu perusahaan ataupun hotel sangat penting bagi keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. Karyawan tidak dipandang hanya sebagai modal, tapi karyawan dipandang juga sebagai salah satu bentuk *organizational resource* yang dapat meningkatkan kompetitif organisasi. Karyawan menjadi sumber daya utama dalam menentukan dan menyelesaikan tugas – tugas , maka harus ditingkatkan kemampuan kinerjanya. Dengan mengembangkan kemampuan atau memberdayakan Sumber Daya Manusia tersebut, diharapkan karyawan dapat memberikan kontribusi secara optimal berdasarkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki dalam pencapaian tujuan perusahaan atau hotel.

Selain itu perusahaan atau hotel harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini didasari karena loyalitas merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak hotel, bila mereka menginginkan setiap konsumen dapat memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Loyalitas konsumen akan memberikan kontribusi lebih dalam pecapaian perusahaan sebagai sebuah bukti dan memiliki pelayanan yang sangat memuaskan kepada konsumen yang datang, dengan demikian akan mampu menarik minat konsumen baru untuk merasakan hal yang sama

yang telah dirasakan oleh para konsumen yang pernah datang dan berkunjungan.

Kualitas pelayanan jasa merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Dimensi kualitas pelayanan jasa pada prinsipnya berfokus pada upaya mencapai apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Ada lima dimensi kualitas pelayanan. Dimensi yang pertama adalah *Tangible* atau berwujud dalam hal ini bukti nyata dari kepeduliaan dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya. Dimensi yang kedua adalah *Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan atau jasa sesuai dengan apa yang dijanjikan secara tepat waktu. Dimensi yang ketiga adalah R*esponsiveness* atau ketanggapan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Dimensi yang keempat adalah , *Assurance* atau jaminan di mana perusahaan mampu membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan dan dimensi yang terakhir adalah *Empathy* atau empati. *Empathy* merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian kepada konsumen secara individu (Lupiyoadi, 2001 : 36).

Menurut Ratih Hurriyati (2010 : 28) selain kualitas pelayanan dan jasa, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen .

Faktor pertama adalah kualitas produk, kualitas produk adalah suatu nilai dari produk atau jasa dimana nilai tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan atau melebihi apa yang diiharapkan oleh konsumen sehingga produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pemakainya. Kualitas yang baik dari suatu produk akan menghasilkan kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen. Faktor kedua adalah harga, perusahaan harus mampu menciptakan strategi penentuan harga yang tidak hanya memberi keuntungan kepada perusahaan, namun juga memuaskan pelanggannya. Faktor ketiga adalah promosi, promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi dan membujuk para target pasar agar bersedia menerima,membeli dan loyal terhadap apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Faktor keempat adalah citra, citra sebagai seperangkat keyakinan atau ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Seseorang yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap suatu produk maka tidak akan berpikir panjang untuk membeli atau menggunakan suatu produk tersebut bahkan mungkin akan menjadikan pelanggan yang loyal.

Perusahaan jasa perhotelan dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen telah memenuhi atau melebihi dari apa yang diharapkan. Oleh karena itu perusahaan jasa perhotelan harus berusaha menaggapi keinginan dari para konsumen dan dapat meningkatkan kualitas jasanya, sehingga dapat menciptakan

kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas konsumen.

Salah satu faktor loyalitas konsumen sangat di butuhkan dalam bertahan suatu usaha jasa, agar adanya kelekatan pelanggan pada suatu brand produk akan menguntungkan pihak penyedia layanan jasa dan tanggapan yang baik, dengan demikian konsumen akan melakukan pembelian secara berulang. Dengan adanya para pelanggan yang puas akan suatu produk, dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan secara harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetian terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan terutama bagi pihak hotel Novotel Makassar (Amin Widjaja Tunggal, 2008 : 43) .

Hotel Novotel merupakan salah satu hotel berbintang 4 yang ada di kota Makassar. Hotel novotel memiliki pesaing yang cukup banyak sehingga hotel tersebut perlu memberikan kualitas jasa yang terbaik kepada pelanggan ataupun kosumennya. Kualitas jasa yang baik akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas pada diri konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan. Melihat fenomena yang terjadi dalam bisnis hotel, bahwa keberhasilan suatu perusahan salah satunya bergantung kepada kualitas jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumennya, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian di Hotel Novotel

Makassar dan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Novotel Makassar”.

B. RumusanMasalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dikemuka kan,maka rumusan masalah yakni :

1. Adakah pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar ?
2. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini agar lingkup penelitian tidak melebar maka penulis membatasi cakupan penelitian yang lebih jelas, spesifik, dan terbatas yakni untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) terhadap loyalitas konsumen dalam artian tamu yang datang secara berulang kali untuk berkunjung dan menikmati pelayanan yang ada di Hotel Novotel Makassar dan untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas jasa yakni dari deminsi yang ada yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* yang dianalisa terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Novotel Makassar.
2. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berperngaruh terhadap loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi berupa manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
   a. Memberikan wacana atau tambahan pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam setiap kebijakan ataupun keputusan guna meningkatkan loyalitas konsumen.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam ilmu pariwisata.
2. Manfaat Praktis
   a. Memberikan informasi mengenai pengaruh dari setiap variable yakni kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar.

b. Memberikan informasi mengenai pengaruh aspek yakni pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen di Hotel Novotel Makassar.