

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERELASIAN TERHADAP LOYALITAS TAMU PADA HOTEL KALYA BANDUNG

Risna Amelia, S.E., M.M.

e-mail : risnaamelia15@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kerelasiaan terhadap loyalitas tamu pada hotel kalya Bandung. Variabel yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, kerelasiaan dan loyalitas. Lokasi penelitian ini terletak di Hotel Kalya Bandung. Populasi dan sampel penelitian ini adalah tamu *repeater* individu dan group Hotel Kalya Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner, observasi dan kepustakaan. Teknik Sampling menggunakan *Purposive Sampling*, Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kerelasiaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas tamu. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas tamu. Pengaruh variabel X_1 , dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y sebesar 43% dan 57% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kerelasiaan, Loyalitas.

Abstract

The purpose of this research to determine the influence of Quality Service and Relations on Guest Loyalty in Kalya Bandung Bandung. The variable examined in this research is service quality, relations and guest loyalty. Location in this research is Kalya Hotel Bandung. The population and sample which is used in this research repeater guest individu and group of Kalya Hotel Bandung. The reserach method used is descriptive and verifikatif analysis. Data collection used is interview by using questioner, observation and bibliography. The sampling technique uses purposive sampling. Data analysis used is path analysis. The Result showed that service quality and relations affect simultaneously to guest loyalty. Partially service quality have no significant on guest loyalty. Variabel Influence X_1 , and X_2 together to variabel Y of 43% and 57% influence another variabel not in this research.

Keywords : Service Quality, Relations, Guest Loyalty

PENDAHULUAN

Hotel merupakan salah satu industri jasa yang menyediakan jasa akomodasi/penginapan. Industri perhotelan mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga menimbulkan banyak persaingan dalam industri tersebut. Persaingan menjadi semakin ketat dengan munculnya bermacam jenis industri perhotelan yang menawarkan fasilitas dan pelayanan dengan keunikan tersendiri, seperti *villa*, *resort*, *apartment* dan

bungalow. Hotel sebagai industri jasa sangatlah tergantung pada tamu atau yang menggunakan jasanya (Hurriyati, 2008). Oleh sebab itu industri perhotelan harus melakukan berbagai upaya untuk memperoleh tamu sebanyak-banyaknya. Dengan memperoleh tamu dalam jumlah yang banyak, peluang untuk meningkatkan laba melalui jumlah kuantitatif penggunaan jasa perhotelan oleh tamu juga akan semakin besar. Selain itu hal yang tak kalah penting dalam memenangkan persaingan

ialah dengan mempertahankan tamu yang loyal. Hal ini jelas diperlukan oleh industri hotel karena seperti yang diketahui biaya pemasaran untuk menarik tamu baru jauh lebih besar dibanding mempertahankan tamu yang sudah dimiliki. Hal ini relevan dengan pendapat Kotler dan Keller (2007:193) yang menyebutkan bahwa mendapatkan pelanggan baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar daripada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Kondisi ini menuntut industri hotel untuk menghadirkan layanan yang memiliki nilai superior serta mampu menumbuhkan perasaan loyal pelanggan terhadap tamu yang diterima. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk merebut pangsa pasar dan mempertahankan tamu yang loyal ialah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan strategi kerelasian.

Kualitas pelayanan adalah Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu

KAJIAN LITERATUR

Manajemen

Manajemen adalah proses untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan melakukan kegiatan dari empat fungsi utama yaitu merencanakan (*planning*), mengorganisasikan (*organizing*), memimpin (*leading*), dan mengendalikan (*controlling*). Dengan demikian, manajemen adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan. Untuk mencapai efisiensi serta efektivitas dalam manajemen, maka segala tindakan dan kegiatan baru sebaiknya dilaksanakan dengan pertimbangan dan perhitungan yang rasional. Untuk itu diperlukan langkah- langkah kegiatan dengan perumusannya secara jelas dan tegas, agar

barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan Sunyoto (2012). *Customer Relationship* merupakan strategi yang mempelajari lebih jauh akan kebutuhan dan tingkah laku pelanggan dengan maksud membentuk hubungan yang lebih baik dengan mereka, karena hubungan yang lebih baik dengan pelanggan adalah kunci keberhasilan bisnis. Pendekatan tersebut merupakan pendekatan yang fokus pada pelanggan yang menyerahkan seluruh aspek bisnis perusahaan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memenuhi kebutuhan pelanggan dalam produk berkualitas tinggi serta pelayanan yang *responsive*.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Hotel Kalya Bandung, Pengaruh Kerelasian pada Hotel Kalya Bandung, Pengaruh Loyalitas Tamu pada Hotel Kalya Bandung, Besaran pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kerelasian terhadap Loyalitas Tamu pada Hotel Kalya Bandung.

tujuan program yang dimaksudkan dapat berjalan dengan sebaik mungkin.

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan Menurut Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2014:282) bahwa “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategik”. Sunyoto (2012) menyatakan bahwa :“Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu

barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan”.

Kerelasian / Customer Relation

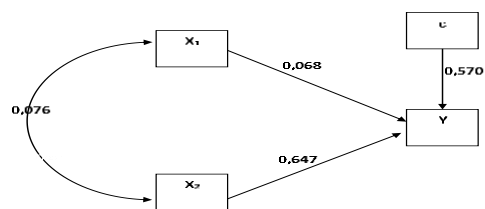
Customer Relation telah berkembang menjadi suatu paradigma baru bagi perusahaan didalam menciptakan kedekatan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Kedekatan perusahaan dengan pelanggan dimaksudkan agar pelanggan tetap atau lebih loyal, tetap mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan, dan memerlukan pemenuhan produk atau jasa yang diperlukan. Oleh sebab itu, perusahaan menentukan pasar sasaran dengan tetap serta mengemas produknya untuk ditawarkan kepada pelanggan dan calon pelanggan. Adapun pengertian *Customer Relation* menurut Sheth (2001:6) yaitu “*Customer Relationship is a comprehensive strategy and proses, of acquiring, retaining, and partneris with selective customers to create superior value for the company and the customer*” Definisi diatas menekankan bahwa tidak semua konsumen dapat menguntungkan bagi suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat melaksanakan program-program *Customer Relationship* seperti *acquiring, retaining, dan partnering* dengan mempertimbangkan konsumennya. Hal ini bertujuan untuk menciptakan nilai superior bagi perusahaan dan pelanggan. Dalam

prakteknya masih banyak perusahaan yang mengalami kesulitan didalam mempertimbangkan konsumennya seperti ditekankan oleh Barners (2003:55) “tetapi banyak perusahaan tidak tahu dari mana harus mulai mengukur nilai pelanggan”.

Loyalitas Tamu

Menurut Tjiptono (2011:481) Perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu satu nya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya). Menurut Hasan (2008:83) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang hanya tidak membeli ulang suatu barang dan jasa misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas menurut Griffin (2010:04), adalah seorang konsumen dikaitkan setia atau loyal apabila konsumen menunjukan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling Sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Loyalitas Tamu menurut Oliver yang di kutip oleh Kotler dan Keller (2012:138) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Kerangka Penelitian



Hubungan kausal antar variabel dengan nilai-nilai parameter struktur di atas, maka pengaruh dari variabel penyebab ke variabel, maka pengaruh yang tidak signifikan hanya Kualitas Pelayanan

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, didasarkan pada tinjauan kepustakaan dan kerangka konseptual yang telah dikembangkan di atas adalah sebagai

terhadap loyalitas tamu sedangkan variabel Kerelasiaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Kalya Bandung.

berikut: “Adanya Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan terhadap Loyalitas pada Hotel Kalya Bandung baik secara simultan maupun parsial”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian Deskriptif Verifikatif, yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Variabel yang diuji adalah variable X1 dan X2 (Independent)

terhadap Variable Y (Dependent). Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kerelasiaan (X_2) kemudian Loyalitas (Y) merupakan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Kalya Bandung. Sumber data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebar kepada tamu *repeater* individu dan

group Hotel Kalya Bandung yang berjumlah 100 orang sebagai responden yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori seperti Jenis Kelamin dan Usia responden.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	41	41%
Wanita	59	59%
Total	100	100%

Sumber Data Primer Diolah Oleh Peneliti 2021

Responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak adalah wanita yaitu sebanyak 59 orang atau sebesar 59%, sedangkan sisanya sebanyak 41 orang atau sebesar 41%

dipenuhi oleh jenis kelamin pria. Artinya bahwa responden wanita menjadi mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	6	6%
21-30 tahun	36	36%
31-40 tahun	45	45%
41-50 tahun	9	9%

Usia	Frekuensi	Persentase
> 50 tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber Data Primer Diolah Oleh Peneliti 2021

Berdasarkan usia didominasi oleh tamu yang berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau sekitar 45%, responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 6 orang atau sekitar 6%, responden yang berusia di antara 21–30 tahun sebanyak 36 orang atau sekitar 36%,

responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 4 orang atau sekitar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tamu yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berada dalam usia kisaran 31-40 tahun.

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas				
Variabel	Simbol Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
(X1)	X1_1	0,817	0,30	Valid
	X1_2	0,631	0,30	Valid
	X1_3	0,533	0,30	Valid
	X1_4	0,537	0,30	Valid
	X1_5	0,325	0,30	Valid
	X1_6	.0,682	0,30	Valid
	X1_7	0,635	0,30	Valid
	X1_8	0,633	0,30	Valid
	X1_9	0,565	0,30	Valid
(X2)	X2_1	0,426	0,30	Valid
	X2_2	0,475	0,30	Valid
	X2_3	0,567	0,30	Valid
(Y)	Y_1	0,482	0,30	Valid
	Y_2	0,585	0,30	Valid
	Y_3	0,685	0,30	Valid

Sumber Data Primer diolah Peneliti, 2021

Hasil perhitungan uji validitas variabel X tentang dan antara masing-masing indikator dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan yang menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya

semua item pernyataan dinyatakan Valid. Dengan demikian instrumen penelitian dapat dijadikan alat ukur yang sah pada penelitian dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Realibilitas			
Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
X1	0,866	0,60	Reliabel
X2	0,673	0,60	Reliabel
Y	0,748	0,60	Reliabel

Sumber Data Primer diolah Peneliti, 2021

Hasil perhitungan uji reliabilitas variabel X_1 , X_2 dan Y menunjukkan hasil yang signifikan yang menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* > 0.60 artinya hasil

keputusan dinyatakan Reliabel. Dengan demikian bahwa instrumen penelitian (data kuesioner) dapat dijadikan alat ukur yang sah pada penelitian dan dapat dijadikan contoh untuk digunakan dimasa depan.

Kualitas Pelayanan Pada Hotel Kalya Bandung

Untuk memberikan interpretasi terhadap indeks skor yang diperoleh, maka dilakukan pengkategorian dengan cara sebagai berikut:

Nilai Tertinggi (NTT)

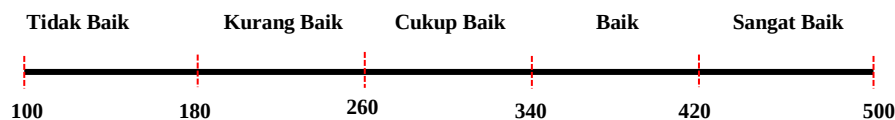
$$\begin{aligned} NTT &= \text{Sampel} \times \text{Bobot Jawaban Tertinggi} \\ &= 100 \times 5 \\ &= 500 \end{aligned}$$

Nilai Terendah (NTR)

$$\begin{aligned} NTR &= \text{Sampel} \times \text{Bobot Jawaban Terendah} \\ &= 100 \times 1 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Rentang Skor (RS)

$$\begin{aligned} RS &= (\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}) : \\ &\text{Banyaknya Kategori} \\ &= (500 - 100) : 5 \\ &= 80 \end{aligned}$$



Tanggapan Responden Mengenai:
Keandalan karyawan Hotel Kalya Bandung dalam melayani tamu

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	64	64%	320
Setuju	4	23	23%	92
Cukup Setuju	3	13	13%	39
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	451

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 451 termasuk dalam kategori

sangat baik, artinya Keandalan karyawan Hotel Kalya Bandung dalam melayani tamu sudah sangat baik.

Tanggapan Responden Mengenai:

Kemudahan pemesanan Hotel Kalya Bandung kepada tamu

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	49	49%	245
Setuju	4	42	42%	168
Cukup Setuju	3	9	9%	27
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	440

Sumber Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 440 termasuk dalam kategori

sangat baik, artinya Kemudahan dalam pemesanan tamu Hotel Kalya sudah sangat baik.

Tanggapan Responden Mengenai:

Kebersihan yang baik dalam area pelayanan Hotel Kalya Bandung

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	27	27%	135
Setuju	4	64	64%	256
Cukup Setuju	3	9	9%	27
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	418

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 418 termasuk dalam kategori baik,

artinya kebersihan di area pelayanan Hotel Kalya Bandung sudah baik.

Tanggapan Responden Mengenai:

Banyaknya ketersediaan fasilitas yang diberikan kepada tamu Hotel Kalya Bandung.

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	35	35%	175
Setuju	4	61	61%	244
Cukup Setuju	3	4	4%	12
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	431

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.9. diatas, dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden mengenai “Banyaknya ketersediaan fasilitas yang diberikan kepada tamu Hotel Kalya Bandung.” dengan jawaban dari responden yang

menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang atau sekitar 35%, yang menjawab setuju sebanyak 61 orang atau sekitar 61%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 4 orang atau sekitar 4%.

Tanggapan Responden Mengenai:

Tanggung jawab yang baik untuk keamanan tamu Hotel Kalya Bandung.

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	59	59%	295
Setuju	4	32	32%	128
Cukup Setuju	3	9	9%	27

Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	450

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 450 termasuk dalam kategori sangat baik, artinya Tanggung Jawab untuk kemandirian tamu Hotel Kalya Bandung sudah sangat baik.

**Tanggapan Responden Mengenai:
Kejujuran yang baik dari karyawan Hotel Kalya Bandung.**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	30	30%	150
Setuju	4	53	53%	212
Cukup Setuju	3	17	17%	51
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	413

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 413 termasuk dalam kategori cukup baik, artinya Kejujuran dari karyawan Hotel Kalya Bandung yang diberikan sudah baik..

**Tanggapan Responden Mengenai:
Keramahan dan kesopanan yang baik oleh karyawan Hotel Kalya Bandung dalam memberikan pelayanan kepada tamu**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	53	53%	265
Setuju	4	38	38%	152
Cukup Setuju	3	9	9%	27
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	444

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 444 termasuk dalam kategori kesopanan oleh karyawan Hotel Kalya Bandung dalam memberikan pelayanan kepada tamu, sudah sangat baik. sangat baik, artinya Keramahan dan

**Tanggapan Responden Mengenai:
Kesediaan karyawan Hotel Kalya Bandung dalam mendengarkan kritik dari tamu**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	38	38%	190
Setuju	4	49	49%	196
Cukup Setuju	3	13	13%	39
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	425

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 425 termasuk dalam kategori Hotel Kalya Bandung dalam mendengarkan kritik dari tamu sudah sangat baik. sangat baik, artinya Kesediaan karyawan

Kerelasian Pada Hotel Kalya Bandung

**Tanggapan Responden Mengenai:
Menariknya Daya tarik program pelayanan Hotel Kalya Bandung**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	4	4%	20
Setuju	4	63	63%	252
Cukup Setuju	3	33	33%	99
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	371

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, dengan artinya bahwa Menariknya Daya tarik program pelayanan Hotel Kalya Bandung sudah baik, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 371 termasuk dalam kategori baik,

**Tanggapan Responden Mengenai:
Mutu pelayanan yang baik dari Hotel Kalya Bandung**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	7	7%	35
Setuju	4	76	76%	304
Cukup Setuju	3	17	17%	51
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	390

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka artiian bahwa Mutu pelayanan Hotel Kalya Bandung sudah baik. perolehan skor kumulatif adalah sebesar 390 termasuk dalam kategori baik, dengan

**Tanggapan Responden Mengenai:
Frekuensi komunikasi yang baik anantara karyawan Hotel Kalya Bandung dengan tamu**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	3	3%	15
Setuju	4	75	75%	300
Cukup Setuju	3	22	22%	66
Kurang Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	381

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, Artinya Frekuensi komunikasi anantara karyawan Hotel Kalya Bandung dengan tamu sudah baik. maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 381 termasuk dalam kategori baik,

Loyalitas Pada Hotel Kalya Bandung

**Tanggapan Responden Mengenai:
Ketidaktertarikan tamu Hotel Kalya Bandung dengan produk lain ataupun merek Hotel lainnya**

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	0	0%	0
Setuju	4	51	51%	204

Cukup Setuju	3	34	34%	102
Tidak Setuju	2	15	15%	30
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	336

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 336 termasuk dalam kategori cukup baik, Artinya Ketidak tertarik

tamu Hotel Kalya Bandung dengan produk lain ataupun merek Hotel lainnya sudah cukup baik.

Tanggapan Responden Mengenai:
Pembelian ulang secara teratur tamu Hotel Kalya Bandung

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	12	12%	60
Setuju	4	58	58%	232
Cukup Setuju	3	30	30%	90
Tidak Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	382

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 382 termasuk dalam kategori baik,

artinya Pembelian ulang secara teratur tamu Hotel Kalya Bandung sudah baik

Tanggapan Responden Mengenai:
Kepercayaan yang baik tamu Hotel Kalya Bandung

Alternatif Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Skor Kumulatif
Sangat Setuju	5	10	10%	50
Setuju	4	63	63%	252
Cukup Setuju	3	27	27%	81
Kurang Setuju	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		100	100%	383

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil tanggapan diatas, maka perolehan skor kumulatif adalah sebesar 383 termasuk dalam kategori baik, artinya Kepercayaan tamu Hotel Kalya Bandung sudah baik.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Kalya Bandung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Kalya Bandung, uji statistika *Path*

Analysis (analisis jalur) digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis. Dimana X_1 = Kualitas Pelayanan , X_2 = Kerelasiaan, dan Y = Loyalitas Tamu. Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan dilakukan dengan cara menganalisis hubungan skor item variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk menguji hipotesis tersebut dihitung besarnya koefisien *path* masing-masing variabel.

Matriks Korelasi Antara Sub Variabel		
	X ₁	X ₂
X ₁	1.000	0,076
X ₂	0,076	1.000

Sumber : Hasil Pengolahan Statistik Program SPSS

Selanjutnya berdasarkan kepada hasil perhitungan matriks korelasi dan matriks invers dapat dihitung koefisien jalur, pengaruh secara keseluruhan dari X₁ sampai X₂ serta koefisien jalur variabel lainnya di luar variabel X₁ sampai X₂

Besarnya Koefisien Jalur		
Koefisien jalur X ₁ terhadap Y	p_{yx_1}	0,068
Koefisien jalur X ₂ terhadap Y	p_{yx_2}	0,647

Hasil perhitungan untuk koefisien detreminasi multiple ($R^2_{Y.X_1, X_2}$). Koefisien korelasi ($R_{Y.X_1, X_2}$), koefisien determinasi variabel lain terhadap Y ($P^2_{Y\epsilon}$), dan koefisien jalur variabel lain terhadap Y ($P_{Y\epsilon}$).

Koefisien Determinasi Multiple dan Koefisien Jalur Variabel Lain		
Koefisien Determinasi Multiple (R^2)	$R^2_{Y.X_1, X_2}$	0.430
Koefisien Determinasi Var. Lain terhadap Y	$P^2_{Y\epsilon}$	0.570

Pengaruh variabel X₁, dan X₂ secara bersama-sama terhadap variabel Y sebesar 0.430 atau 43.0% variabel X₁, dan X₂ secara bersama-sama mempengaruhi Y, dan sisanya 0.570 atau 57.0% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian antara lain promosi, kepuasan pelanggan, produk, harga dan lokasi.

Pengujian Koefisien Jalur		
Variabel	Koef. Jalur	Kesimpulan
P_{YX_1}	0.068	Ho diterima, Tidak Terdapat pengaruh, Kualitas Pelayanan tidak signifikan terhadap Loyalitas Tamu
P_{YX_2}	0.647	Ho ditolak, Terdapat pengaruh, Kerelasian signifikan terhadap Loyalitas Tamu

Berdasar hasil perhitungan nilai koefisien jalur variabel (X₁), dan (X₂) terhadap (Y), yang didapatkan dengan menggunakan program SPSS *release 22 for windows*, Dengan demikian secara konsep dapat dijelaskan bahwa aspek

Kualitas Pelayanan pengaruhnya tidak signifikan terhadap Loyalitas Tamu dan

aspek Kerelasiaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Tamu.

**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
Dari Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu**

Interpretasi Analisis Jalur			
Ket		Pengaruh	%
X₁	Pengaruh langsung ke Y	0.0046	0.4624
	Pengaruh tidak langsung melalui X ₂ ke Y	0.0033	0.3344
Jumlah		0.0080	0.7968

Sumber: Hasil Pengolahan Statistik Program SPSS

Pengaruh langsung dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu sebesar 0.462%, Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu melalui Kerelasiaan sebesar 0.334%. Total pengaruh Kualitas Pelayanan

terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Kalya Bandung yaitu 0.796% dengan arah yang positif, dimana semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang dimiliki seorang pegawai akan mengakibatkan meningkatkannya Loyalitas Tamu di Hotel Kalya Bandung.

**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
Dari Kerelasiaan Terhadap Loyalitas Tamu**

Interpretasi Analisis Jalur			
Ket		Pengaruh	%
X₂	Pengaruh langsung ke Y	0.418609	41.8609
	Pengaruh tidak langsung melalui X ₁ ke Y	0.0033437	0.3343696
Jumlah		0.4219527	42.19527

Sumber : Hasil Pengolahan Statistik Program SPSS

Pengaruh langsung dari Kerelasiaan terhadap Loyalitas Tamu sebesar 41.86%, Pengaruh tidak langsung Kerelasiaan terhadap Loyalitas Tamu melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0.33%. Total pengaruh Kerelasiaan terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Kalya Bandung yaitu 42.19% dengan arah yang positif, dimana semakin baik Kerelasiaan yang dilakukan akan mengakibatkan meningkatkannya Loyalitas Tamu di Hotel Kalya Bandung. Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan

dan kerelasiaan terhadap Loyalitas Tamu terhadap karyawan Hotel Kalya Bandung. Melalui metode kuantitatif *path analysis* terbukti bahwa kualitas pelayanan pada Kerelasiaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Tamu. Selain itu diketahui bahwa Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan memiliki hubungan yang positif terhadap Loyalitas Tamu. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan Kerelasiaan maka semakin tinggi pula -nya. Apabila tingkat kualitas pelayanan dan Kerelasiaan di Hotel Kalya Bandung mengalami

kenaikan maka Loyalitas Tamu nya juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula sebaliknya, apabila tingkat kualitas pelayanan dan Kerelasiaan Hotel Kalya **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan Terhadap Kerelasiaan pada Hotel Kalya Bandung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan yang terjadi pada Hotel Kalya Bandung sesuai dengan tanggapan rekapitulasi pada indikator Keandalan karyawan dan Tanggung jawab untuk keamanan tamu menempati skor pada garis kontinum sangat setuju yang artinya sangat baik. namun ada beberapa pernyataan yang dibawah rata-rata dan dapat disimpulkan bahwa kurangnya : Respon dari karyawan kepada setiap tamu, Kebersihan dalam area pelayanan, ketersediaan fasilitas, kejujuran dari karyawan, Kesediaan mendengarkan kritik dari tamu Hotel Kalya Bandung.
2. Kerelasiaan yang terjadi pada Hotel Kalya Bandung sesuai dengan tanggapan rekapitulasi pada indikator Mutu pelayanan dan Frekuensi komunikasi yang anantara karyawan Hotel Kalya Bandung dengan tamu menempati skor pada garis kontinum setuju yang artinya baik. namun ada beberapa pernyataan yang dibawah rata-rata dan dapat disimpulkan bahwa kurang Menariknya Daya tarik program pelayanan di Hotel Kalya Bandung.

Bandung mengalami penurunan maka Loyalitas tamu nya juga akan mengalami penurunan.

3. Loyalitas yang terjadi pada Hotel Kalya Bandung sesuai dengan tanggapan rekapitulasi pada indikator Pembelian ulang secara teratur dan Kepercayaan yang baik tamu Hotel Kalya Bandung menempati skor pada garis kontinum setuju yang artinya baik. namun ada pernyataan yang dibawah rata-rata dan dapat disimpulkan bahwa rendahnya Ketidaktertarikan tamu Hotel Kalya Bandung dengan produk lain ataupun merek Hotel lainnya, maka perlu ditingkatkan lagi agar
4. Kualitas pelayanan dan Kerelasiaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas tamu pada Hotel Kalya Bandung. Namun secara parsial kerelasiaan dominan mempengaruhi loyalitas daripada kualitas pelayanan. Dan secara parsial, pengaruh kualitas pelayanan dan kerelasiaan terhadap loyalitas adalah sebagai berikut :
 - a. Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Tamu, sehingga apabila kualitas pelayanan yang terjadi sesuai, maka Loyalitas Tamu dapat meningkat tetapi tidak terlalu besar.
 - b. Kerelasiaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Tamu, sehingga apabila kerelasiaan yang terjadi sesuai, maka Loyalitas tamu akan meningkat pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan .2008. Marketing. Yogyakarta :Media Pressindo.
- Ali Hasan. 2014. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.

- Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality and

- Satisfaction (ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Griffin, Jill. 2010. Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih .2005., Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung Alfabeta
- Hurriyati, Ratih 2008. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. .2012., Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Sheth, Jagdish N, Atul Parvatiyar & G. Shainesh. 2002. Customer Relationship Management: Emerging Concepts, Tools, and Appication. New Delhi: Tata_McGrawHill. dan Gagasan. Yogyakarta : Debut Press. Halaman : 57-95.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3, Yogyakarta, Andi Offset.