

THE RELATIONSHIP OF SERVICE QUALITY WITH CUSTOMER LOYALTY AT AMARIS HOTEL BENGKULU CITY

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL AMARIS KOTA BENGKULU

Marita Vriscilla Putri¹⁾; Karona Cahya Susena²⁾; Siti Hanila²⁾

¹⁾Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ karona.cs@unived.ac.id

How to Cite :

Putri, M.V., Susena, K.C., Hanila, S. (2020). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL AMARIS KOTA BENGKULU. *EMAK: Jurnal Manajemen, Ekonomi Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1). DOI: <https://doi.org/13.11114/emak.1.x.x1-x2>

ARTICLE HISTORY

Received [02-01-2020]

Revised [09-01-2020]

Accepted [16-01-2020]

KEYWORDS

Service Quality and
Customer Loyalty

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan Pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang pelanggan Hotel Amaris Kota Bengkulu yang datang menginap ke Hotel Amaris Kota Bengkulu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah korelasi rank spearman dan uji hipotesis. Hasil korelasi rank spearman menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan Hotel Amaris Kota Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,853. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Semakin baik pelayanan maka akan semakin meningkat tingkat loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Hasil pengujian hipotesis nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($13,974 > 1,666$) artinya pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Hal ini menerangkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan, apabila pelayanan yang diberikan oleh karyawan Hotel Amaris Kota Bengkulu maka pengunjung akan merasa puas dan tetap setia menginap di Hotel Amaris Kota Bengkulu.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between service quality and customer loyalty at Amaris Hotel, Bengkulu City. The sample in this study amounted to 75 people Amaris Hotel Bengkulu customers who came to stay at Amaris Hotel, Bengkulu City. Data collection using questionnaires and analytical methods used are Spearman rank correlation and

hypothesis testing. The results of rank spearman correlation show a very strong relationship between service and customer loyalty of Amaris City of Bengkulu City with a correlation value of 0.853. This shows that there is a very strong correlation between service and customer loyalty at Amaris Hotel, Bengkulu City. The better service will increase the level of customer loyalty at Amaris Hotel, Bengkulu City. Hypothesis testing results of tcount are greater than t table ($13,974 > 1,666$) meaning that service has a significant relationship with customer loyalty at Amaris Hotel, Bengkulu City. This explains that there is a close relationship between service and customer loyalty, if the services provided by employees of the Amaris Hotel in the City of Bengkulu, visitors will feel satisfied and stay loyal to stay at Amaris Hotel, Bengkulu City.

PENDAHULUAN

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Maraknya pembangunan hotel menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Dimensi kualitas pelayanan yang bisa diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah hotel karena dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Kepuasan yang dirasakan tamu dapat mendorong untuk menginap kembali sehingga menimbulkan hal yang positif keberhasilan bagi pihak

hotel. Karyawan hotel apabila mampu memberikan pelayanan yang baik maka tamu merasa puas dan citra hotel positif di mata tamu pelanggan. Citra yang baik dengan memberikan pelayanan melebihi harapan pelanggan. Dengan hal ini, bisa menumbuhkan loyalitas pelanggan.

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

Terciptanya loyalitas pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen. Loyalitas pelanggan dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen.

Loyalitas pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan aplikasi pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan dari pelanggan untuk selalu setia kepada suatu produk atau jasa. Penilaian tersebut didasarkan pada evaluasi dari persepsi pelanggan yang berkaitan dengan pengalaman pembelian atau value yang dimilikinya yang memfasilitasi pencapaian tujuan pelanggan. Secara sederhana pengertian kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan sehingga dapat terbentuknya loyalitas pelanggan

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

Stemvelt (2014:210) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Yong dan Loh (2017:146)

memberikan suatu pengertian bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu kecocokan untuk penggunaan (fitness for yours) yang bertujuan untuk menemukan suatu pemikiran yang jelas dari proses pemikiran yang melahirkan adanya suatu pemahaman yang tidak sulit untuk dipahami, karena tujuannya jelas dan prosesnya merupakan continue quality improvement (proses yang berkelanjutan).

Menurut Tjiptono (2016:59), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu expected service dan perceived service atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Kotler (2016: 160), menerangkan bahwa konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (brand loyalty) dan loyalitas toko (store loyalty) (Sutisna, 2013: 41).

Misalnya seorang konsumen yang sudah sangat sering melakukan pembelian terhadap suatu satu merek produk, tidak ada lagi merek yang dipertimbangkan untuk dibeli selain merek produk dibelinya. Ketika merek produk itu tidak tersedia di toko yang ditujunya, dia terus berusaha mencari produk itu sampai ke tempat yang jauh sekalipun. Bahkan ketika merek barang itu tidak tersedia, dan petugas penjualan mengatakan merek produk yang dicarinya akan datang beberapa hari kemudian, dia bersedia menunggunya. Jika ada konsumen dalam pembeliannya berperilaku seperti itu, maka bisa disebut konsumen itu sangat loyal terhadap merek pilihannya (brand loyalty).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif, menurut Sugiyono (2013:9) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi proyek yang alamiah. Desain penelitian yang akan digunakan adalah riset kausal, karena akan membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang pelanggan Hotel Amaris Kota Bengkulu yang datang menginap ke Hotel Amaris Kota Bengkulu. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik accidental sampling, yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Karakteristik data responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	29	39
2	Laki-laki	46	61
Jumlah		75	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 46 orang (61%) sedangkan responden perempuan sebanyak 29 orang atau 39 %. Hal ini dikarenakan laki-laki seringkali lebih aktif dibanding perempuan. Dan untuk melakukan kegiatan bisnis biasanya laki-laki lebih prioritas dari pada perempuan.

Tabel 2. Karakteristik data responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20 - 30 tahun	9	12
2	31 -35 tahun	15	20
3	36 -40 tahun	31	41
4	≥ 41 tahun	20	27
Jumlah		75	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 36-40 tahun yaitu sebanyak 31 orang atau 41%. Hal ini disebabkan karena pada umur tersebut biasanya seseorang memiliki keinginan untuk meluangkan waktunya untuk berlibur dengan mengunjungi suatu lokasi wisata.

Tabel 3. Karakteristik data responden berdasarkan lama menjadi pengunjung

No	Lama Menjadi Pengunjung	Jumlah	Persentase (%)
1	< 1 tahun	16	21
2	1-2 tahun	34	46
3	3-4 tahun	13	17
4	> 4 tahun	12	16
Jumlah		75	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari segi lamanya menjadi pengunjung pada Hotel Amaris Kota Bengkulu mayoritas 1-2 tahun sebanyak 34 orang atau sebesar 46%. Hal ini menggambarkan

bahwa pengunjung loyal terhadap Hotel Amaris Kota Bengkulu karena selalu menggunakan jasa pada Hotel Amaris Kota Bengkulu.

Tabel 4. Uji Hipotesis Pelayanan (X) dengan Loyalitas pelanggan (Y)

Keterangan	Nilai	Artinya
t_{hitung}	13,974	$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya pelayanan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu
t_{tabel}	1,666	

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka diketahui nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($13,974 > 1,666$) artinya pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Hal ini menerangkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan, apabila pelayanan yang diberikan baik maka pengunjung akan merasa puas dan senang menginap di Hotel Amaris Kota Bengkulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu sudah baik. Dari segi pelayanan yang diberikan para pengunjung sudah merasa puas dengan pelayanan yang sopan santun dan ramah tamah, serta pelayanan yang cepat dan selalu memberikan informasi kepada para pengunjung. Semua ini harus bisa dipertahankan oleh Hotel Amaris Kota Bengkulu agar citranya yang sudah baik dimata pengunjung bisa terus dipertahankan. Pelayanan yang maksimal dari karyawan Hotel Amaris Kota Bengkulu akan dapat menambah kenyamanan dan kepuasan para pengunjung pada saat menginap di Hotel Amaris Kota Bengkulu. Oleh karena itu peningkatan pelayanan yang semakin baik perlu dilakukan oleh pihak Hotel Amaris Kota Bengkulu dari waktu ke waktu. Hal ini dikarenakan sifat pengunjung yang dinamis dan cenderung selalu ingin mendapatkan sesuatu yang berbeda. Tentunya perbedaan tersebut mengarah kepada sesuatu yang baik. Assauri (2013:78) menyatakan para pengunjung akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya.

Secara keseluruhan, penerapan dimensi kualitas layanan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu sudah menuju arah yang lebih baik. Penerapan nilai-nilai ini akan memenuhi harapan dari pengunjung sehingga pengunjung merasa puas dengan layanan yang ada. Jika pengunjung merasa puas, maka pengunjung akan kembali lagi ke Hotel Amaris Kota Bengkulu dan menjadi pengunjung yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah pengunjung Hotel Amaris Kota Bengkulu akan bertambah.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari bangunan dan interior Hotel Amaris Kota

Bengkulu bagus dan menarik, fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Amaris Kota Bengkulu lengkap dan sesuai dengan harapan, resepsionist cepat dalam melayani tamu, prosedur pelayanan tamu yang menginap tidak berbelit-belit, para karyawan selalu melayani tamu dengan cepat, karyawan melayani tamu dengan ramah dan sopan, dalam pemberian pelayanan tidak adanya perbedaan status sosial.

Karena alasan tersebut maka para tamu merasakan puas dengan pelayanan yang ada pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Kepuasan yang dimiliki oleh para pengunjung akan memberikan penilaian yang positif terhadap citra Hotel Amaris Kota Bengkulu di mata masyarakat dan akan membuat pengunjung merasa senang menginap di Hotel Amaris Kota Bengkulu dan akan tetap loyal atau setia menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Hotel Amaris kota Bengkulu bahkan para pelanggan akan merekomendasikan Hotel Amaris kota Bengkulu kepada kerabat dan sahabatnya untuk menginap di Hotel Amaris kota Bengkulu. Pelayanan yang memuaskan akan memberikan sesuatu yang sangat berarti bagi para pengunjung, karena para tamu Hotel Amaris kota Bengkulu akan lebih memperhatikan pelayanan dari pada harga. Pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang maksimal karena pelayanan yang baik akan memberikan suatu kepuasan bagi pengunjung yang akan berdampak terhadap kesetiaan pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil korelasi rank spearman menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan Hotel Amaris Kota Bengkulu dengan nilai korelasi sebesar 0,853. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Semakin baik pelayanan maka akan semakin meningkat tingkat loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Hasil pengujian hipotesis nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($13,974 > 1,666$) artinya pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan pada Hotel Amaris Kota Bengkulu. Hal ini menerangkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan, apabila pelayanan yang diberikan oleh karyawan Hotel Amaris Kota Bengkulu maka pengunjung akan merasa puas dan tetap setia menginap di Hotel Amaris Kota Bengkulu.

Saran

Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Amaris Kota Bengkulu dinilai sudah baik, untuk itu disarankan kepada Hotel Amaris Kota Bengkulu untuk mempertahankan pelayanannya yang dinilai sudah baik dan kalau bisa lebih ditingkatkan lagi. Kepada peneliti selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian yang sama agar diperoleh hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, Walker, Larreche. 2016. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, Lestari. 2014. Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Konsumen memakai Kartu Indosat IM3 Di Bengkulu. Skripsi. Universitas Dehasen Bengkulu
- Hasan. Ali. 2014. Marketing. Yogyakarta: Media Utama
- Hurriyati. Ratih. 2017. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta
- Indriyo, Gitosudarmo, 2014, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta
- Kotler. Philip. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Lamb Charles, W.et.al. 2015. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat : Jakarta
- Mitior, M., & Susena, K. C. (2014). Analisis Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Candra Motor di Kaur Utara Kabupaten Kaur. *Ekombis Review*, 2(1), 43078.
- Rismiati. Catur, E. dan Suratno Ig. Bondan . 2017, Pemasaran Barang dan Jasa. Cetakan Pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta
- Soegito, Eddy Soeryatno. 2017. Marketing Reaserch: Panduan bagi Manajer, Pemimpin Perusahaan Organisasi. Elex Media Komputindo : Jakarta
- Stemvelt, Robert C. diterjemahkan oleh Purwoko. 2014. Perception of Service Quality. Massachusetts : Allyn and Baco
- Sugiyono. 2013. Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif. kualitatif. dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2017. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : AMUS Jogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Sutisna. 2013. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: Rosdakarya
- Swastha, Basu, 2016, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Irwanto, T., Susena, K. C., & Ramaddan, P. (2019). HUBUNGAN KEPERCAYAAN DAN PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA CV. RAFELINDOTOUR AND TRAVEL BENGKULU. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 44-49.
- Tjiptono, Fandi, 2008, Strategi Pemasaran, UGM, Yogyakarta
- Tjiptono. Fandy. 2014. Manajemen Pelayanan Jasa. Yogyakarta: Andi
- Usmara. 2016. Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Amoro Book
- Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, L. diterjemahkan oleh Sutanto. 2017. The Quest for Global Quality. Jakarta : Pustaka Delapratasa