

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL PYRAMID SUITES BANJARMASIN

Iyut Fairuz
iyutfairuz99@gmail.com
Universitas Cahaya Bangsa

ABSTRAK

Iyut Fairuz. 2019110025, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin. Pembimbing: Dr. Muhammad Maladi, S.E., M.M. Dr. Ibrahim Daud, M.S. Tesis. Program Magister Manajemen STIE Indonesia Banjarmasin. Tahun 2021. 130 Halaman (Termasuk Lampiran) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pendekatan kausal konklusif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh suatu kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh dan diolah yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah member Hotel Pyramid Suites, yaitu pengunjung tamu yang menginap lebih dari tiga kali. sample penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dijadikan tabulasi skor setiap variabel yang diteliti. Metode analisis data yang digunakan di penelitian ini adalah SmartPLSv.4.1.1.4 Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Hotel Banjarmasin.

PENDAHULUAN

Di Era Globalisasi sekarang ini terdapat banyak sekali jenis-jenis usaha salah satunya usaha di industri perhotelan. Industri perhotelan terdiri dari layanan pelanggan yang berfokus pada aspek keramahan, efisiensi dan layanan pelanggan sebagai pondasinya. Hotel merupakan wadah yang menyediakan sarana tempat tinggal sementara (akomodasi), tempat pertemuan, seminar dan pesta bagi umum, yaitu; orang-orang yang datang dengan berbagai ragam tujuan, maksud serta keperluan ke daerah di hotel berdomisili.

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota di Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin yang dijuluki Kota Seribu Sungai ini memiliki wilayah seluas 98,46 m² yang wilayahnya merupakan delta kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil (delta) yang dipisahkan oleh sungai-sungai diantaranya Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantau Keliling, Pulau Insan dan lain-lain. Oleh sebab itu seiring perkembangan jaman yang pesat banyak usahawan yang memanfaatkan situasi ini sebagai peluang usaha di industri perhotelan. Terdapat banyak sekali hotel di Banjarmasin dan saling bersaing dalam memberikan harga dan pelayanan kepada pelanggan yang datang ke hotel mereka, pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga dan banyak menuntut akan lebih teliti dalam membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan, ditambah dengan kemajuan teknologi komunikasi yang membuat pelanggan lebih mudah untuk mengakses informasi yang ditawarkan.

Fasilitas yang mendukung dan hospitality service kepada pelanggan yang sangat penting karena berhubungan langsung kepada penilaian pelanggan terhadap hotel tersebut. Pelayanan hotel yang baik kepada pelanggan menjadi nilai utama untuk memberi kesan nyaman dan menyenangkan kepada pelanggan. Pelanggan yang merasa nyaman pasti akan datang lagi untuk menginap dan akan merekomendasikan kepada kerabat atau saudara mereka. Perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang utama yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan, untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan tentu tidaklah mudah karena pelanggan memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda-beda

Salah satu hotel yang ada di Banjarmasin adalah Pyramid Suites Hotel, yang baru mulai

beroperasi pada tahun 2017, berlokasi di jalan Skip Lama Banjarmasin Tengah. Pyramid Suites merupakan hotel lokal baru di Banjarmasin. Sesuai dengan namanya, Pyramid Suites menawarkan konsep yang berbeda. Bangunan dan desain mewah ditawarkan dengan didominasi warna emas padang pasir. Pyramid Suites memiliki 115 kamar yang terbagi dalam 7 tipe. 75 kamar tipe deluxe, 18 kamar tipe grand deluxe, 6 kamar tipe family room, 4 kamar tipe junior suites, 4 kamar tipe executive suites dan 1 kamar tipe president suites. Fasilitas lengkap ditawarkan. 5 meeting room, 1 kolam renang, spa and fitness center yang bernama Platinum Health and Club, Scarlett Restaurant yang beroperasi selama 24 jam penuh, C' est La Vie Lounge, Business Center, The Carat Diamond Shop and Armani Executive Club and Karaoke. Untuk spa and fitness didalamnya terdapat seperti sauna whirlpool atau kolam air panas, jacuzzi dan kolam renang.

Dikutip dari agoda.com. Hotel Pyramid Suites Banjarmasin menjadi salah satu hotel rekomendasi terbaik di Banjarmasin, dengan berbagai promo yang ditawarkan kualitas harga, produk dan pelayanan yang baik tentu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, ditambah dengan hasil penilaian positif dari semua pelanggan atas akomodasi dan pelayanan yang diberikan, Hotel Pyramid Suites mendapatkan penghargaan dari booking.com pada tahun 2018 dengan 9.2 point, pada tahun 2020 dari agoda Customer Review Awards dengan 8.5 point dan pada tahun 2020 Tripadvisor Travellers Choice dengan nilai yang sempurna.

Berikut adalah data pengunjung Hotel Pyramid Suites periode November 2017 s/d Maret 2020

Tabel 1.1 Data Kunjungan Tamu hotel Pyramid Suites tahun 2017-2020

Bulan	Tahun			
	2017	2018	2019	2020
Januari	-	732	961	1535
Februari	-	864	1069	1674
Maret	-	1622	1503	1042
April	-	1623	1537	281
Mei	-	1579	1132	256
Juni	-	1095	1140	500
Juli	-	1485	2220	689
Agustus	-	1378	1957	854
September	-	1549	1898	848
Oktober	-	2004	1962	1412
November	916	1905	2191	-
Desember	957	1560	2102	-
Total	1873	17396	18603	9091

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Hotel Pyramid Suites mengalami penurunan dan peningkatan di tiap tahun, untuk yang penurunan itu terjadi dikarenakan adanya wabah covid 19, dan kembali mengalami peningkatan ketika sudah pulih kembali disaat era new Normal dengan peraturan kesehatan sesuai anjuran pemerintah.

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut hotel Pyramid Suites di Banjarmasin dengan tujuan menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan tamu di hotel Pyramid Suites Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal konklusif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh suatu kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh dan diolah yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang dibahas dalam penelitian ini.

Menurut Sugiono (2018:15) metode kuantitatif adalah metode yang berdasarkan filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka.

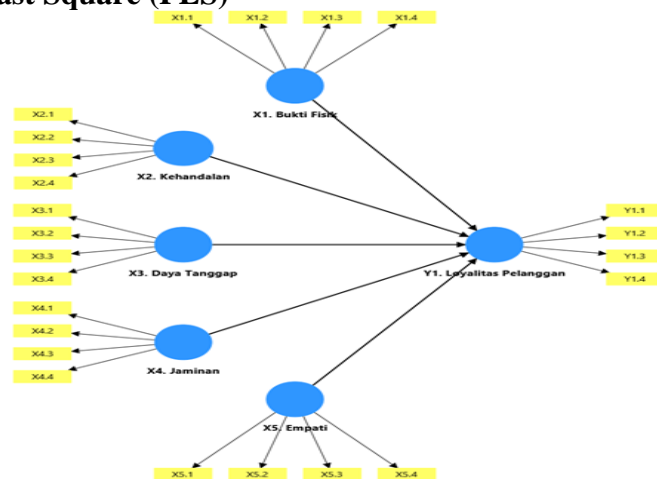
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Distribusi Frekuensi

Dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata setiap variabel dari yang paling tinggi yaitu; variabel loyalitas pelanggan dengan total mean 4.31, yang kedua variabel empati dengan total mean 4.24, ketiga variabel daya tanggap dengan total mean 4.22, keempat variabel kehandalan dengan total mean 4.21, kelima jaminan dengan total mean 4.21 dan yang paling rendah adalah variabel bukti fisik dengan total mean 4.08.

Analisis Partial Least Square (PLS)



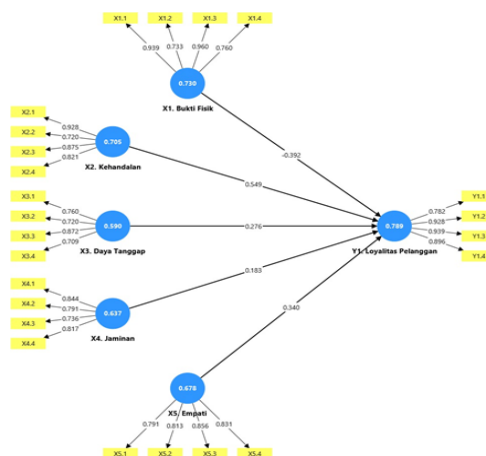
Gambar 1 Perancangan Model Penelitian

Sumber: Data diolah melalui SmartPLSv. 4.1.1.4

Uji Validitas Konvergen

Evaluasi Outer Model

Uji Validitas Konvergen Validitas Konvergen dari model pengukuran dengan menggunakan indikator reflektif berdasarkan loading factor indikator-indikator yang mengukur construct tersebut. Rule of thumb yang biasanya digunakan untuk menilai validitas konvergen yaitu nilai loading factor harus > 0.7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan nilai loading factor lebih besar 0.6 atau 0.7 untuk yang bersifat exploratory masih dapat diterima serta nilai AVE (Average Variance Extracted) harus lebih > 0.5 . Berikut adalah hasil nilai outer loading.



Gambar 2 Hasil Algorithm & AVE

Sumber: Data diolah melalui SmartPLSv.4.1.1.4

Berdasarkan gambar 5.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji menunjukkan nilai loading faktor > 0.7 , sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 5 Outer Model

	Bukti Fisik (X ₁)	Kehandalan (X ₂)	Daya Tanggap (X ₃)	Jaminan (X ₄)	Empati (X ₅)	Loyalitas Pelanggan (Y ₁)
X _{1.1}	0.939					
X _{1.2}	0.733					
X _{1.3}	0.960					
X _{1.4}	0.760					
X _{2.1}		0.928				
X _{2.2}		0.720				
X _{2.3}		0.875				
X _{2.4}		0.821				
X _{3.1}			0.760			
X _{3.2}			0.720			
X _{3.3}			0.872			
X _{3.4}			0.709			
X _{4.1}				0.760		
X _{4.2}				0.720		
X _{4.3}				0.872		
X _{4.4}				0.709		
X _{5.1}					0.844	
X _{5.2}					0.791	
X _{5.3}					0.736	
X _{5.4}					0.817	
Y _{1.1}						0.782
Y _{1.2}						0.928
Y _{1.3}						0.939
Y _{1.4}						0.896

Sumber: Data diolah melalui SmartPLSv.4.1.1.4

Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel dengan indikator berjumlah 24 yang terdiri dari 4 indikator Bukti Fisik (X₁), 4 indikator kehandalan (X₂), 4 indikator Daya Tanggap (X₃), 4 indikator Jaminan (X₄), 4 indikator Empati (X₅), 4 indikator Loyalitas Pelanggan (Y₁), berdasarkan pada tabel 5.5 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Construct atau variabel Bukti Fisik (X₁) diukur dengan indikator X_{1.1}-X_{1.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
2. Construct atau variabel Kehandalan (X₂) diukur dengan indikator X_{2.1}-X_{2.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
3. Construct atau variabel Daya Tanggap (X₃) diukur dengan indikator X_{3.1}-X_{3.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
4. Construct atau variabel Jaminan (X₄) diukur dengan indikator X_{4.1}-X_{4.3}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
5. Construct atau variabel Empati (X₅) diukur dengan indikator X_{5.1}-X_{5.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.
6. Construct atau variabel Loyalitas Pelanggan (Y₁) diukur dengan indikator Y_{1.1}-Y_{1.4}. Semua indikator memiliki nilai loading faktor > 0.7.

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai loading faktor setiap indikator memiliki nilai masing-masing > 0.7, yang berarti validitas konvergen secara keseluruhan terpenuhi.

Average Varian Extracted (AVE)

Construct	Average Varian Extracted (AVE)
Bukti Fisik X ₁	0.730
Kehandalan X ₂	0.705
Daya Tanggap X ₃	0.590
Jaminan X ₄	0.637
Empati X ₅	0.678
Loyalitas Pelanggan Y ₁	0.789

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS.4.1.1.4

Berdasarkan tabel 5.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai AVE (Average Variance Extracted) memiliki masing-masing nilai > 0.5 yang berarti validitas konvergen secara keseluruhan terpenuhi.

Uji Validitas Diskriminan

	Bukti Fisik (X ₁)	Kehandalan (X ₂)	Daya Tanggap (X ₃)	Jaminan (X ₄)	Empati (X ₅)	Kepuasan Pelanggan (Y ₁)
X _{1.1}	0.939	0.887	0.485	0.383	0.447	0.442
X _{1.2}	0.733	0.564	0.334	0.287	0.255	0.272
X _{1.3}	0.960	0.890	0.452	0.326	0.408	0.429
X _{1.4}	0.760	0.647	0.256	0.180	0.307	0.306
X _{2.1}	0.954	0.928	0.483	0.362	0.459	0.490
X _{2.2}	0.413	0.720	0.650	0.469	0.529	0.718
X _{2.3}	0.895	0.875	0.467	0.330	0.382	0.424
X _{2.4}	0.864	0.821	0.490	0.380	0.471	0.439
X _{3.1}	0.420	0.555	0.760	0.400	0.554	0.608
X _{3.2}	0.215	0.300	0.720	0.482	0.507	0.474
X _{3.3}	0.429	0.597	0.872	0.466	0.681	0.763
X _{3.4}	0.306	0.510	0.709	0.391	0.532	0.606
X _{4.1}	0.244	0.324	0.443	0.844	0.316	0.467
X _{4.2}	0.236	0.293	0.362	0.791	0.298	0.401
X _{4.3}	0.330	0.463	0.521	0.736	0.708	0.643
X _{4.4}	0.277	0.404	0.410	0.817	0.313	0.494
X _{5.1}	0.256	0.405	0.555	0.477	0.791	0.647
X _{5.2}	0.340	0.411	0.529	0.416	0.813	0.470
X _{5.3}	0.329	0.451	0.566	0.355	0.856	0.593
X _{5.4}	0.402	0.571	0.750	0.531	0.831	0.810
Y _{1.1}	0.530	0.610	0.587	0.595	0.652	0.782
Y _{1.2}	0.323	0.535	0.791	0.573	0.756	0.928
Y _{1.3}	0.384	0.595	0.777	0.561	0.725	0.939
Y _{1.4}	0.335	0.622	0.719	0.598	0.687	0.896

Sumber: Data diolah melalui SmartPLSv.4.1.1.4

Berdasarkan tabel 5.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa pada pengukuran nilai croosloading memiliki nilai tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan nilai loading faktor kepada konstruk lain. Maka pengujian atas validitas diskriminan secara keseluruhan telah terpenuhi.

Uji Reliabilitas**Uji Reliabilitas**

Construct	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Bukti Fisik X ₁	0.872	0.914	Reliabel
Kehandalan X ₂	0.864	0.905	Reliabel
Daya Tanggap X ₃	0.767	0.851	Reliabel
Jaminan X ₄	0.813	0.875	Reliabel

Empati X ₅	0.845	0.894	Reliabel
Kepuasan Pelanggan Y ₁	0.909	0.935	Reliabel

Sumber: Data diolah melalui SmartPLSv.4.1.1.4

Berdasarkan tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa seluruh variabel-variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang lebih besar dibandingkan 0.7 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

Koefisien Determinasi R² Pengujian R-Square

	R-Square	Adjusted R Square
Loyalitas Pelanggan Y ₁	0.807	0.797

Berdasarkan tabel 9 di atas, menyatakan bahwa nilai loyalitas pelanggan mampu menjelaskan konstruk R-square dapat diketahui Q² sebagai berikut.

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_{Y1})(1 - R^2_{Y2})$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.802)(1 - 0.644)$$

$$Q^2 = 1 - (0.198)(0.356)$$

$$Q^2 = 1 - 0.070488$$

$$Q^2 = 0.929512 = 93$$

Yang artinya model dapat menjelaskan data sebesar loyalitas pelanggan dengan nilai 64.4% dengan sisa 35.6 yang tidak termasuk dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Construct	Sampel Asli(O)	Rata-rata sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Values
Bukti Fisik X ₁ ->Loyalitas Pelanggan Y ₁	-0.392	-0.378	0.152	2.587	0.010
Kehandalan X ₂ -> Loyalitas Pelanggan Y ₁	0.549	0.532	0.226	2.436	0.015
Daya TanggapX ₃ -> Loyalitas Pelanggan Y ₁	0.276	0.270	0.140	1.967	0.049
Jaminan X ₄ -> Loyalitas Pelanggan Y ₁	0.183	0.171	0.065	2.810	0.005
Empati X ₅ -> Loyalitas Pelanggan Y ₁	0.340	0.359	0.109	3.110	0.002

Sumber: Data diolah melalui SmartPLSv.4.1.1.4

Berdasarkan tabel 5.10 di atas, dapat disimpulkan bahwa

1. Pengaruh Bukti Fisik (X₁) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik (X₁) memiliki pengaruh negatif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa original sample variabel bukti fisik (X₁) sebesar -0.392, kemudian nilai t-statistik variabel bukti fisik (X₁) sebesar 2.587, nilai ini > t-tabel yaitu 1.96 dan P value sebesar 0.010, nilai ini < 0.05, yang artinya signifikan. maka variabel bukti fisik (X₁) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁) dapat disimpulkan H₁ dapat diterima.
2. Pengaruh Kehandalan (X₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan (X₂) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel kehandalan (X₂) sebesar 0.549, kemudian nilai t-statistik variabel kehandalan (X₂) sebesar 2.436, nilai ini > tabel yaitu 1.96 dan P value sebesar 0.015, nilai ini < 0.05. Maka variabel kehandalan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁) dapat disimpulkan H₂ dapat diterima.
3. Pengaruh Daya Tanggap (X₃) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap (X₃) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₁). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel daya tanggap (X₃) sebesar 0.276, kemudian nilai t-statistik variabel

Loyalitas Pelanggan (Y1) sebesar 1.967, nilai ini > 1.96 dan P value sebesar 0.049, nilai ini < 0.05 . Maka variabel daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H3 diterima.

4. Pengaruh Jaminan (X4) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel jaminan (X4) sebesar 0.183, kemudian nilai t-statistik variabel kepuasan pelanggan (Y1) sebesar 2.810, nilai ini > 1.98 dan P value sebesar 0.005, nilai ini < 0.05 . Maka variabel jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H4 diterima.
5. Pengaruh Empati (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empati (X5) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hasil perhitungan pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel empati (X5) sebesar 0.340, kemudian nilai t-statistik variabel kepuasan pelanggan (Y1) sebesar 3.110, nilai ini > 1.98 dan P value sebesar 0.002, nilai ini < 0.05 . Maka variabel jaminan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y1) dapat disimpulkan H5 diterima.

Uji Hipotesis

1. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik diukur dengan indikator Hotel Pyramid Suites memiliki design interior kamar yang modern dan Hotel Pyramid Suites mempunyai karyawan yang berpenampilan rapi, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Responden menyatakan menyukai konsep kamar dengan segala sesuatu yang simple, fungsional dan tertata rapi yang dibungkus dengan konsep modern yang mengikuti perkembangan zaman, sehingga pelanggan merasa bahwa kamar tersebut sesuai dengan karakteristik mereka. Selain itu, keseragaman para karyawan dalam berpenampilan menjadi salah satu daya tarik paling besar. Kerapian juga merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan, karena kerapian bisa menjadi cerminan diri pribadi seseorang. Namun terdapat 2 nilai indikator yang dianggap kurang menarik perhatian responden sehingga menyebabkan kedua nilai indikator tersebut negatif. Adapun nilai indikator yang dimaksud yaitu; Hotel Pyramid Suites memiliki fasilitas lengkap seperti kolam renang, fitness, dan convention center, Spa serta outlet Food dan Beverage, kemudian kecepatan internet yang memadai Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Muhammad Iffan, (2018), yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya bangunan yang layak, tampilan dalam yang layak dan fasilitasfasilitas yang ada sangatlah menentukan kepuasan pelanggan

2. Pengaruh Kehandalan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan dengan indikator karyawan memberikan pelayanan yang adil terhadap semua pelanggan, karyawan hotel memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dan karyawan hotel bersifat simpatik terhadap seluruh pelanggan hotel, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Menurut responden karyawan hotel besikap sepatututnya, artinya karyawan memberikan pelayanan sama rata terhadap seluruh pelanggan hotel, tidak membedakan antara satu dan lainnya. Dari segi pelayanan, pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai dengan tawaran yang sudah dijanjikan oleh pihak hotel, salah satunya yaitu paket kamar yang sudah termasuk

Traditional Massage 60 minutes, 20% Discount for the The Carat Shop, 20% Discount for f&B yang sudah ditawarkan oleh pihak hotel. Selanjutnya karyawan mampu memberikan sikap simpatik, seperti menyambut kedatangan pelanggan dengan hangat, menawarkan bantuan tanpa diminta salah satu contohnya yaitu karyawan selalu siap sedia dipintu masuk

guna membantu pelanggan baik membawakan barang maupun proses reservasi, namun dari semua indikator kehandalan terdapat satu indikator yaitu karyawan hotel dapat mengerjakan tugas dengan baik, yang mana indikator tersebut dirasa perlu untuk lebih ditingkatkan, agar nilai dari indikator tersebut bisa lebih tinggi. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi kehandalan harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan atau dipromosikan. Kualitas layanan harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pegawai Front Office, bell boy, dan semua lini harus bekerja yang tepat waktu, layanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi.

3. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap diukur dengan indikator karyawan hotel memberikan layanan cepat dan prosedur pengurusan reservasi kamar dan event cepat, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Responden menyatakan karyawan sangat responsif dari bagian resepsionis hingga bagian resto. Proses cek-in cukup dengan menunjukkan identitas dan no kode booking (khusus yang sudah melakukan pemesanan sebelumnya) maupun yang melakukan pemesanan secara langsung, hanya membutuhkan waktu kurang lebih 3-5 menit, sehingga pelanggan merasa puas. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi ketanggapan pegawai hotel Budget dengan tanggung jawabnya harus membantu dan memberikan layanan yang cepat (responsive), cek-in, cek-out, reservasi dan tepat kepada pelanggan, penyampaian informasi yang jelas sapaan

4. Pengaruh Jaminan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan diukur dengan indikator karyawan hotel mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan hotel, karyawan memberikan rasa percaya kepada pelanggan dan karyawan hotel memiliki nilai moral yang baik, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Data privacy pelanggan yang dijamin oleh pihak hotel tidak akan disalahgunakan. Dari segi keamanan, terdapat beberapa orang security dengan sistem kerja shift, sehingga penjagaan hotel 24 jam nonstop, ditambah lagi dengan beberapa asuransi dari pihak hotel untuk beberapa hal tertentu seperti sistem parkir valet. Apabila pelanggan memakai jasa valet maka pihak hotel bertanggung jawab penuh atas segala sesuatu yang terjadi pada mobil pelanggan tersebut. Hal ini menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap pihak hotel. Aspek terakhir namun juga tidak kalah penting yaitu nilai moral yang tertanam pada para karyawan. Para pelanggan merasa nyaman karena tuturkata dan perilaku sopan santun yang diberikan oleh karyawan hotel. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi jaminan dan kepastian dari pegawai hotel atas pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai hotel memberikan rasa percaya kepada pelanggan perusahaan. Pegawai hotel harus mempunyai cara berkomunikasi yang baik dengan konsumen atau pelanggan, memberikan rasa aman, sopan santun atas segala perilaku dan tindakannya

5. Pengaruh Empati terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel empati diukur dengan indikator karyawan hotel memahami kebutuhan pelanggan, karyawan hotel memberikan perhatian yang tulus, karyawan melayani dengan sepenuh hati dan karyawan mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan, hal ini sesuai dengan konsep Berry, Parasuraman, dan Zeithalm dalam Tjiptono dan Diana (2020). Responden merasa kebutuhannya terpenuhi karena karyawan hotel mampu memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Pandemi covid 19 yang mengharuskan kita untuk selalu jaga jarak dan menghindari kerumunan membuat para karyawan hotel menyediakan pelayanan sarapan didalam kamar, selain itu dalam

meningkatkan program kesehatan pihak hotel juga menyediakan handsanitizer lengkap dengan maskernya. Hal ini dilakukan para karyawan dengan tulus dan sepenuh hati, dengan menggunakan komunikasi yang baik sehingga terjalinnya hubungan baik antara karyawan dan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dalam penelitian Panji Pamungkas (2017), yang menyatakan bahwa dimensi sempati dari pegawai hotel bujet berupa hati yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Pegawai hotel bujet harus diingatkan dan diarahkan agar selalu memahami kebutuhan konsumen secara spesifik agar konsumen atau pelanggan hotel merasa nyaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Bukti Fisik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin karena Hotel Pyramid Suites Banjarmasin memiliki design interior yang modern dan memiliki karyawan yang berpenampilan rapi sehingga pelanggan merasa puas setelah menginap dan akan loyal lagi di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin.
2. Variabel Keandalan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin karena Hotel Pyramid Suites Banjarmasin memberikan pelayanan yang adil terhadap semua pelanggan, karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dan karyawan hotel bersifat simpatik terhadap seluruh pelanggan hotel. Hal ini memberikan kesan positif terhadap pelanggan yang juga berdampak baik untuk pihak hotel.
3. Variabel Daya Tanggap berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin karena prosedur pengurusan reservasi kamar dan event cepat, karyawan hotel memberikan layanan cepat dan karyawan hotel merespon permintaan pelanggan dengan segera. Sehingga pelanggan merasa loyal karena pihak hotel memberikan pelayanan yang responsif.
4. Variabel Jaminan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin karena karyawan hotel mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan hotel, karyawan hotel memberikan rasa percaya kepada pelanggan, Hotel Pyramid Suites Banjarmasin mempunyai karyawan yang memiliki kompetensi dalam melayani pelanggan serta karyawan hotel memberikan rasa percaya kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa aman dan puas dengan jaminan yang diberikan pihak hotel.
5. Variabel Empati berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Pyramid Suites Banjarmasin karena karyawan hotel memahami kebutuhan pelanggan, karyawan hotel memberikan perhatian yang tulus, karyawan hotel melayani dengan sepenuh hati dan karyawan hotel mampu menjalin hubungan dengan baik dengan pelanggan. Sehingga hal tersebut membuat para pelanggan puas pelayanan yang didapat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada hotel Pyramid Suites Banjarmasin, maka penulis memberikan saran kepada pihak hotel sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi peneliti selanjutnya.

1. Hotel Pyramid Suites Banjarmasin memiliki beberapa fasilitas seperti kolam renang, dan convention center yang mana untuk ukuran kolam renang mungkin bisa sebagai masukan kepada pihak hotel untuk lebih memperhatikan ukuran kolam karena untuk ukuran kolam yang sekarang dapat dikatakan terlalu kecil untuk ukuran orang dewasa.
2. Berdasarkan variabel keandalan ada satu indikator yang nilainya masih bisa untuk ditingkatkan, yaitu karyawan hotel dapat mengerjakan tugas dengan baik. Saran saya pihak manajemen hotel dapat terus melakukan evaluasi terhadap kinerja para karyawan

hotel guna meningkatkan kualitas kerja karyawan agar lebih baik lagi.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menelaah lebih dalam serta mengembangkan penelitian yang sudah dilaksanakan ini, mengingat banyaknya persaingan antar hotel yang ada di wilayah Banjarmasin, agar dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan hotel Pyramid Suites Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Sg. Istri Ratih Pratiwi (2014). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu yang menginap di The Oasis Boutique Beach Resort and Spa Tanjung Benoa kab Badung. *ManajemenAnnual Report Bank Mandiri Tahun 2013-2019*.
- Abdul Basit (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada allium tanggerang hotel. *Jurnal Lontar Vol.6 No 2 Juli-Desember 2018*.
- Amelia Susepti (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel (Studi tentang Persepsi tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 50 No. 5 September 2017*.
- Chin, W. W. 1998. The partial least squares approach for structural equation modeling. In George A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Danang, Sunyoto., 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- David L, Goetsch & Stanley M, Davis. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness (Merrill's international series in engineering technology)*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- E.M, Sangadji dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Kadek Ngurah Astana (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu pada Hotel Legong Keraton di Kabupaten Badung Tahun 2013. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Panji Pamungkas (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Bujet di Bandung. *Tourism Scientific Journal*. Volume 2 Nomor 1 Desember 2016.
- Richard L, Oliver. 2014. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Second Edition, Routledge, New York.
- Sarwono, J. dan Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia (2019). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta, Penerbit Andi
- Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta, Andi;
- Tjiptono, Fandy dan chandra Gregorius. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Banyumedia, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- William J, Stanton. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga