
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka

Tia Aprilia Susnita
STIE STMY Majalengka
tiasusnita@gmail.com

Abstrak

Maksud dari mengadakan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. Dan diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi sesuai dengan topik yang diambil penulis, dengan cara menganalisis, khususnya informasi dan data mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. Menurut data dari HRD Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka, jumlah pelanggan pada tahun 2018 sebanyak 10690 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 99 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi uji f dan uji t. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Karena nilai $F_{hitung} (63,965) > F_{tabel} (3,09)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan

I. PENDAHULUAN

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2014:219) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana suatu perusahaan mampu memuaskan pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan hanya menginginkan kepuasan dari apa yang mereka dapatkan. Pelanggan akan merasa puas jika barang atau jasa yang mereka dapatkan mampu memenuhi harapannya. Apabila sebuah perusahaan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya, maka perusahaan tersebut tidak hanya mempunyai pelanggan yang setia, akan tetapi pelanggan yang merasa puas akan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain.

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, maka semakin mendorong bertambahnya akan kebutuhan pemakaian jasa hotel. Semakin bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa hotel ini mendorong para pengusaha dibidang jasa perhotelan dalam hal ini Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga pelanggan merasa puas.

Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. konsumen yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Loyalitas konsumen berkaitan erat terhadap kualitas layanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.

Kualitas layanan dalam sebuah perusahaan dapat menentukan berlangsungnya ikatan perusahaan dengan konsumen dalam jangka panjang. Menurut Tjiptono, (2014:59) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Nasution (2015:54) Jika layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Jadi dapat disimpulkan Kualitas layanan merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan konsumennya sehingga akan menimbulkan kepuasan kepada konsumen yang menerimanya.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang berasal dari perbandingan antara kinerja perusahaan dengan harapannya. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang diperusahaan tersebut dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang mereka rasakan. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam citra perusahaan, kekecewaan konsumen dalam menerima layanan bias menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang. Agar konsumen dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan layanan optimal bagi konsumen dan untuk menciptakan kepuasan konsumen perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, maupun gedung yang bersih dan nyaman. Berbagai perubahan tersebut diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen yang diterapkan oleh pihak hotel menjadi salah satu acuan dan faktor yang menentukan loyalitas konsumen Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka sehingga penetapan standar kualitas pelayanan yang dilakukan pihak hotel begitu juga dengan kepuasan konsumen harus sesuai dengan harapan pengunjung. Hal tersebut dapat ditunjang oleh seluruh pihak Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka.

Oleh karena itu perusahaan harus lebih memperhatikan terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah dan terus berusaha agar tetap dapat menunjukan keberhasilannya dipasaran. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka sangat berpengaruh juga terhadap menurunnya tingkat kepuasan pengunjung yang pada akhirnya para pengunjung akan berpindah ke hotel lain..

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang terdapat pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka, sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka?
4. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka?
5. Adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka?
6. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka?

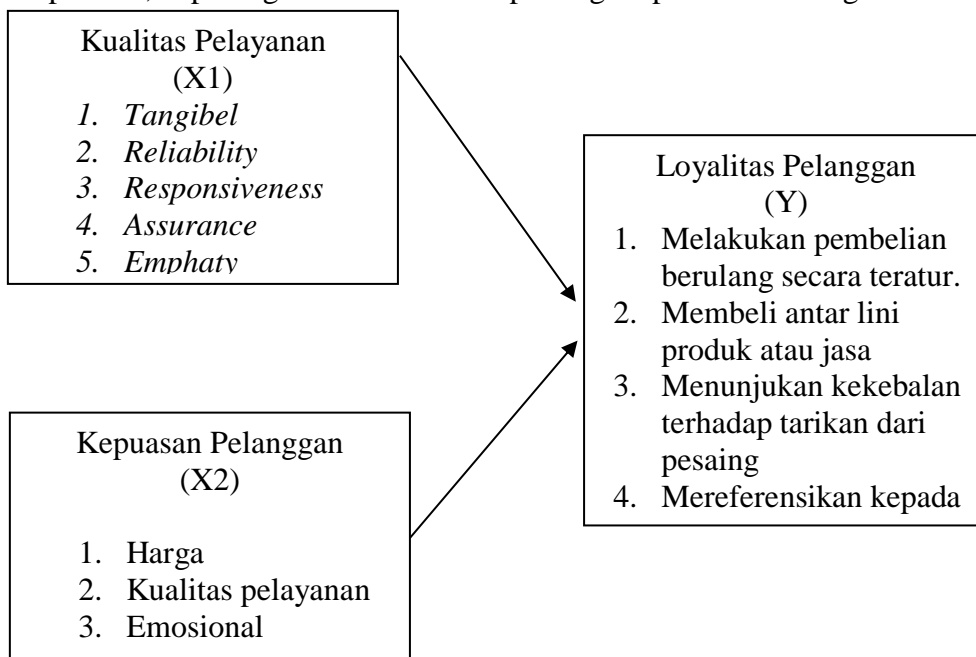
II. LANDASAN TEORI

Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan yang dihasilkan dari kinerja yang baik memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting karena hasil penjualan perusahaan bersumber dari dua kelompok dasar, yaitu pelanggan baru dan pelanggan yang membeli ulang. Biaya untuk membeli pelanggan baru lebih besar daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, perusahaan agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dengan jalan membuatnya agar selalu merasa senang. Pelanggan yang puas akan membeli produk kembali kemudian menceritakan produk itu kepada orang lain.

Berdasarkan asumsi diatas mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, peneliti mencoba mengembangkan penelitian ini, dengan melihat penelitian terdahulu yang sudah banyak dilakukan oleh peneliti, dapat digambarkan sebuah paradigma penelitian sebagai berikut :



Gambar 1
Paradigma Penelitian Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

III. METODE PENELITIAN

Metode Yang Digunakan

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. Menurut data dari HRD Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka, jumlah pelanggan pada tahun 2018 sebanyak 10690 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 99 responden.

IV. HASIL PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Untuk mencari nilai uji validitas (ketepatan) instrument menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono,2012:183), berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

variabel	no item	Koefisien Validitas	r_{kritis}	keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1	0,646	0.300	Valid
	2	0,585	0.300	Valid
	3	0,638	0.300	Valid
	4	0,543	0.300	Valid
	5	0,500	0.300	Valid
	6	0,772	0.300	Valid
	7	0,694	0.300	Valid
	8	0,741	0.300	Valid
	9	0,551	0.300	Valid
	10	0,298	0.300	Valid
Kepuasan (X ₂)	1	0,643	0.300	Valid
	2	0,689	0.300	Valid
	3	0,692	0.300	Valid
	4	0,606	0.300	Valid
	5	0,493	0.300	Valid
	6	0,717	0.300	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	1	0,629	0.300	Valid
	2	0,553	0.300	Valid

	3	0,694	0.300	Valid
	4	0,698	0.300	Valid

Berdasarkan table 1 di atas, semua item pertanyaan memiliki koefisien lebih besar dari 0,300 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur variabel X1, X2 dan Y dan akan mampu menghasilkan variabel yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *one shot* (pengukuran sekali saja). Pengujian reliabilitas ini akan dibantu dengan program SPSS melalui uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2006).

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Min Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0.748	0,60	Reliabel
2	Kepuasan (X2)	0,725	0,60	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,865	0,60	Reliabel

Dari hasil uji coba yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa hasil *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel lebih dari standar minimal *Cronbach's Alpha* yang disyaratkan yaitu 0,60, maka dengan ini variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian reliabel dan layak di gunakan dalam pengambilan data untuk penelitian ini.

Analisis Verifikatif

Uji Normalitas

Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk masing-masing variabel.

Jika data memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga dikatakan data berdistribusi normal (Ghozali, 2006: 163). Ini dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel.3. Hasil Uji Normalitas Instrumen Variabel Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas pelayanan	Kepuasan	Loyalitas
N		99	99	99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	38,8384	23,0808	15,7677

	Std. Deviation	4,56407	2,92657	2,03955
Most Extreme Differences	Absolute	,096	,206	,151
	Positive	,058	,094	,074
	Negative	-,096	-,206	-,151
Kolmogorov-Smirnov Z		,958	2,051	1,506
Asymp. Sig. (2-tailed)		,318	,235	,121
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				

Berdasarkan hasil pengujian normalitas yang disajikan pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel penelitian lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yaitu 0,318 untuk variabel kualitas pelayanan, 0,235 untuk variabel kepuasan dan 0,121 untuk variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel penelitian ini berdistribusi normal, sehingga dapat dianalisa lebih lanjut.

Analisis Koefisien Korelasi Ganda

Tabel. 4. Koefisien Korelasi

Correlations				
		Kualitas pelayanan	Kepuasan	Loyalitas
Kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	,922**	,745**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	99	99	99
Kepuasan	Pearson Correlation	,922**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	99	99	99
Loyalitas	Pearson Correlation	,745**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 ^a	,571	,562	1,34925

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas pelayanan

Hasil perhitungan korelasi Pearson di atas dapat kita interpretasikan sebagai berikut :

1. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,745 dan masuk dalam kategori kuat. Arah hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan cenderung diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan.
2. Hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,737 dan masuk dalam kategori kuat. Arah hubungan positif antara kepuasan dengan

loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa tingginya kepuasan pada perusahaan cenderung diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan.

3. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan sebesar 0,922 dan masuk dalam kategori sangat kuat. Arah hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada perusahaan cenderung diikuti dengan peningkatan kepuasan.
4. Keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan ditunjukkan dengan nilai $R = 0.571$ Angka ini menunjukkan keeratan hubungan yang cukup kuat seluruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y.

Analisis Koefisien Regresi Ganda

Tabel.5. Koefisien Regresi

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,814	1,168		2,409	,018
	Kualitas pelayanan	,195	,077	,437	2,538	,013
	Kepuasan	,233	,120	,334	1,941	,015

a. Dependent Variable: Loyalitas

Melalui hasil pengolahan data seperti diuraikan diatas maka dapat dibentuk model prediksi variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sebagai berikut :

$$Y = 2,814 + 0,195X_1 + 0,233X_2$$

Berdasarkan persamaan prediksi di atas, maka dapat diinterpretasikan koefisien regresi dari masing-masing variabel independen sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,814 mengandung arti jika kualitas pelayanan dan kepuasan nilainya adalah nol maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 2,814.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,195, menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,195, dengan asumsi variabel bebas kepuasan konstan.
3. Koefisien regresi kepuasan sebesar 0,233, menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor kepuasan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,233, dengan asumsi variabel bebas kualitas pelayanan konstan.

Koefisien Determinasi

Tabel.6. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 ^a	,571	,562	1,34925

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas pelayanan

Berdasarkan perhitungan dan tabel output di atas, diketahui bahwa pengaruh secara bersama yang diberikan kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan

terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,571 atau 57,1%, sedangkan sebanyak 0,429 ($1-R^2$) atau 42,9% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti (epsilon).

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel . 7. Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232,892	2	116,446	63,965	,000 ^b
	Residual	174,764	96	1,820		
	Total	407,657	98			
a. Dependent Variable: Loyalitas						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas pelayanan						

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 63,965. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel. Dengan $\alpha=0,05$, $db_1=2$ dan $db_2=96$, diketahui nilai F-tabel sebesar 3,09. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F_{hitung} ($63,965$) $>$ F_{tabel} ($3,09$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka.

Pengujian Hipotesis Parsial

Tabel.8. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,814	1,168		2,409	,018
	Kualitas pelayanan	,195	,077	,437	2,538	,013
	Kepuasan	,233	,120	,334	1,941	,015
a. Dependent Variable: Loyalitas						

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai t_{hitung} untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 2,538. Nilai t_{hitung} ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t, dengan α 0,05 dan df ($n-k-1$) 96 untuk pengujian 2 pihak diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.66088. Karena nilai t_{hitung} ($2,538$) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.66088) dan berada didaerah penolakan H_0 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka.

a. Uji Hipotesis Parsial X₂ Terhadap Y

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengujiannya adalah tolak H_0 dan terima H_a jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Berdasarkan pada tabel 4.34 di atas, diketahui nilai

t_{hitung} untuk kepuasan adalah sebesar 1,941. Nilai t_{hitung} ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t, dengan α 0,05 dan df (n-k-1) 96 untuk pengujian 2 pihak diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.66088. Karena nilai t_{hitung} (1,941) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.66088) dan berada didaerah penolakan H_0 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka.

b. Uji Hipotesis Parsial X_2 Terhadap Y

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengujiannya adalah tolak H_0 dan terima H_a jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Berdasarkan pada tabel 8 di atas, diketahui nilai t_{hitung} untuk kepuasan adalah sebesar 1,941. Nilai t_{hitung} ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t, dengan α 0,05 dan df (n-k-1) 96 untuk pengujian 2 pihak diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.66088. Karena nilai t_{hitung} (1,941) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.66088) dan berada didaerah penolakan H_0 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Hasil perhitungan variabel kualitas pelayanan didapat nilai sebesar 77,68%, sehingga jika dibandingkan dengan kriteria untuk pengambilan keputusan yang dikemukakan oleh Narimawati (2008:83) berada di antara 68% -84% atau masuk dalam kategori tinggi/baik.
2. Hasil perhitungan variabel kepuasan didapat nilai sebesar 75,53%, sehingga jika dibandingkan dengan kriteria untuk pengambilan keputusan yang dikemukakan oleh Narimawati (2008:83) berada di antara 68% -84% atau masuk dalam kategori tinggi/baik.
3. Hasil perhitungan variabel loyalitas pelanggan didapat nilai sebesar 78,84%, sehingga jika dibandingkan dengan kriteria untuk pengambilan keputusan yang dikemukakan oleh Narimawati (2008:83) berada di antara 68% -84% atau masuk dalam kategori tinggi/baik.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Karena nilai t_{hitung} (2,538) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.66088) dan berada didaerah penolakan H_0 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_a
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Karena nilai t_{hitung} (1,941) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1.66088) dan berada didaerah penolakan H_0 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_a

6. Kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Karena nilai F_{hitung} (63,965) > F_{tabel} (3,09), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Libra Kabupaten Majalengka.

Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Hotel Libra Kabupaten Majalengka sebaiknya harus di tingkatkan kembali terhadap pelanggan yang datang terhadap Hotel Libra Kabupaten Majalengka dan meningkatkan pelayanan proses serta meningkatkan kebersihan ruangan.
2. Kepuasan Hotel Libra Kabupaten Majalengka sudah berjalan dengan baik tapi perlu ditingkatkan lagi terutama kepuasan terhadap harga.
3. Loyalitas terhadap Hotel Libra Kabupaten Majalengka sudah sangat baik sehingga pelanggan yang datang untuk menginap sudah berjalan dengan baik. Cuma perlu ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2006). *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS, Cetakan Keempat*, . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, .
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa : Dwi Kartini Yahya dan kawan-kawan*. . Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Nasution, N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Riduwan. (2013). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* . Bandung: CV.Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, Parasuraman, & Malhotra. (2002). *E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. New York: Free Press ..

