

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *RECEPTIONIST* TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI ROYAL SAFARI GARDEN
*RESORT & CONVENTION***

Sithy Fatimah¹, Myrza Rahmanita² dan Nurbaeti³
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

sithyfatimah@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the Influence of Service Quality Receptionist Against Customer Satisfaction And Loyalty At Royal Safari Garden Resort & Convention. This type of research is survey research. With a population of guests who have stayed at the Royal Safari Garden Resort & Convention as many as 4152 people. The sampling technique is purposive sampling. The number of samples in this study amounted to 100 people. Data collection technique is done by using questionnaire (questionnaire) by using Likert scale that has been tested the validity and reliability. The results concluded that; (2) There is direct and significant influence between customer satisfaction to customer loyalty with strength 0,614, (3) There is direct and significant influence between service quality to loyalty Customer with influence strength 0,841, (4) There is indirect influence between service quality to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable equal to 0,668, (5) The biggest influence of service quality dimension to satisfaction is reliability (reliability) equal to 0,822 and responsiveness (power Responsiveness) of 0.797, the smallest influence sedangkan is empathy (empathy) of 0.099.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bogor merupakan sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Bogor dikenal sebagai kota hujan karena curah hujannya yang tinggi lebih tinggi dari daerah lain di Indonesia. Curah hujan rata-rata pertahun di Bogor adalah 3.500 hingga 4.000 milimeter yang menyebabkan Bogor selalu diguyur hujan hampir setiap harinya disepanjang tahun. Kota ini merupakan salah satu destinasi pariwisata penting dalam pembangunan pariwisata Indonesia, khususnya provinsi Jawa Barat yang memiliki beberapa destinasi pariwisata dengan daya tarik alam yang dimilikinya. Seperti Kebun Raya Bogor, Istana Kepresidenan, Taman Topi, Taman Wisata Matahari, Taman

Safari Indonesia, Wisata Agro Gunung Mas dan *Jungle Land*.

Selain berbagai objek wisata di atas, Kabupaten Bogor juga memiliki banyak hotel maupun resort sebagai penunjang akomodasi bagi wisatawan yang datang dari dalam dan luar negeri. Namun salah satu resort yang menjadi tempat tujuan favorit wisatawan ketika datang ke Kabupaten Bogor khususnya daerah puncak adalah Royal Safari Garden Resort & Convention.

Namun seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyaknya perusahaan atau industri perhotelan yang menawarkan produk atau jasa sejenis, maka Royal Safari Garden Resort & Convention kemungkinan akan kesulitan dalam memasarkan produknya terutama dalam penjualan kamar, sebagaimana terlihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar Rata-Rata Pertahun Pada Royal Safari Garden Resort & Convention di Tahun 2014 - 2015

Bulan	2014			2015		
	Kamar Tersedia	Kamar Terjual	OCC (%)	Kamar Tersedia	Kamar Terjual	OCC (%)
Jan	8444	2827	33,48 %	9189	3728	40,57 %
Feb	7723	1966	25,46 %	8331	1946	23,36 %
Mar	8844	3198	36,16 %	9757	2253	23,09 %
Apr	9188	3829	41,67 %	10163	3890	36,65 %
Mei	9226	4533	49,13 %	11457	5126	44,74 %
Jun	9230	4815	52,17 %	9322	3687	39,55 %
Jul	7895	4365	55,29 %	10347	5036	48,67 %
Agst	9458	5050	53,39 %	11278	4410	39,10 %
Sept	8694	3849	44,31 %	10365	3799	36,65 %
Okt	8981	4499	50,09 %	11411	5221	45,75 %
Nov	8953	4621	51,61 %	10918	4039	37,01 %
Des	9348	3982	42,60 %	11367	6693	58,88 %
Rata - Rata	8832	3961	44,61 %	10325	4152	39,50 %

Sumber: Data Hotel Royal Safari Garden Resort & Convention Pada 2015

Berdasarkan data tingkat hunian pada Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa dalam tahun 2015 tingkat hunian hotel terjadi penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2014, dengan tingkat occupancy

sebesar 39,50 %. Rendahnya tingkat hunian ini diduga terjadi karena banyaknya tamu yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Royal Safari Garden Resort & Convention

sehingga menyebabkan tamu yang sudah pernah datang dan menginap tidak datang kembali.

Hal ini dapat dilihat dari beberapa komentar tamu melalui *guest comment* yang ada, seperti *guest coment* dari Afdi Huttamci yang menginap pada tanggal 7-9 juli 2016 “*mohon sistem reservasi lebih profesional, sayang kalau tidak di imbangi dengan potensi hotel yg bagus*”. Hal ini senada dengan komentar dari lily yang menginap ditanggal 8-10 juli 2016 “*untuk proses check in & check out harus di tingkatkan lagi lebih cepat*”.

Selain itu dapat dilihat dari beberapa ulasan di booking.com banyak tamu yang kecewa dengan staff yang kurang ramah, dan pelayan yang lamban. Salah satunya ulasan dari Roni, “*waktu check in, kartu kunci kamar tidak berfungsi, saya minta tolong staffnya diminta untuk tunggu, setelah 1 jam lebih staffnya tidak datang, saya akhirnya terpaksa ke front office di depan yg lumayan jauh, ternyata diminta menunggu lagi kurang lebih 1 jam karena IT sedang istirahat*”. Kemudian ulasan dari Haryo Seno Juga menyatakan kekecewaan nya terhadap pelayanan staff di *front office* yang hanya menunjukkan kamar dari *front office* namun tidak mengantarkan sampai ke kamarnya. Senada dengan ulasan dari Haryo Seno dan Roni seorang tamu yang tidak diketahui namanya pada ulasan di booking.com menyatakan bahwa sangat kecewa dengan pihak hotel karena tidak memenuhi pesannya, padahal sudah melakukan pemesanan dari jauh hari dan dengan tegas menyatakan tidak akan pernah kembali lagi ke hotel tersebut.

Selain permasalahan-permasalahan di atas, beberapa waktu lalu penulis sempat datang langsung ke Royal Safari Garden Resort & Convention untuk melakukan wawancara terhadap beberapa karyawan mengenai rendahnya tingkat hunian di hotel tersebut. Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penyebab

rendahnya tingkat hunian dari hotel tersebut karena banyaknya keluhan dari tamu mengenai pelayanan yang diberikan oleh staff operasional khususnya pada *receptionis* . Tamu merasa bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya, sehingga tamu merasa kecewa dan tidak ingin kembali lagi. Berdasarkan komentar yang disampaikan oleh beberapa tamu yang menginap dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh staff operasional khususnya bagian kantor depan (*front office*) Royal Safari Garden Resort & Convention dinilai kurang memuaskan karena tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Bagian kantor depan (*front office*) adalah bagian yang penting dalam sebuah industry perhotelan. Kantor Depan adalah cermin dari kualitas hotel untuk pertama kali bagi tamu saat memasuki suatu hotel, untuk itu kesiapan, kesigapan, ketepatan serta kemampuan semua karyawan di bagian kantor depan dalam menjalankan fungsi tugas dan tanggung jawabnya sangatlah menentukan dalam memberikan impresi baik maupun kurang baik atau buruk pada para tamu hotel sebelum para tamu tersebut mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang lainnya saat mereka datang untuk menginap maupun tidak di suatu hotel.

Pada bagian kantor depan ini, bagian yang penting untuk diperhatikan adalah *receptionist*. Seorang *receptionist* adalah orang yang penting bagi tamu dan hotel. Bagi tamu, *receptionist* adalah orang yang paling sering dihubungi selama mereka menginap. Bagi hotel, *receptionist* adalah orang yang menciptakan dan mempertahankan citra yang baik dan membuat tamu ingin datang kembali kehotel.

Menghadapi permasalahan tersebut di atas Royal Safari Garden Resort & Convention harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan *receptionist* agar

pelanggan merasa puas sehingga menciptakan loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Seorang konsumen yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya konsumen yang loyal dapat mengurangi usaha mencari konsumen baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan konsumen yang lama dari pada mencari konsumen baru (Kartajaya, 2006).

Dengan demikian loyalitas pelanggan adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan perpelayanan (Crosby dkk 1990). Loyalitas akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, termasuk didalamnya pembelian dan rekomendasi mengenai merk tersebut kepada teman dan kenalan (Lau dan Lee, 1999). Salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goeth & Davis dalam Tjiptono, 2002). Pelanggan seringkali menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa (service) atau pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan, alat komunikasi, dan harga yang mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali dimasa mendatang (Kotler, 2003). Selanjutnya Fullerton dan Taylor (2002) juga membuktikan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan dan kepuasan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas dan kaitanya dengan beberapa teori maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas

Pelayanan Receptionist Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Royal Safari Garden Resort & Convention”

Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan receptionist terhadap kepuasan pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention?
- b) Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention?
- c) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan receptionist terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention?
- d) Bagaimana pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan receptionist terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei. Populasi penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Royal Safari Garden Resort & Convention di tahun 2015 dengan jumlah 4152. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan total sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang disusun menurut skala *likert*. Teknik analisis data penelitian ini adalah:

- a. Pengolahan data deskriptif
 - a) Menyusun data
 - b) Tabulasi data

- c) Menghitung rata-rata skor setiap item dan variabel
- d) Menyajikan data dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan melakukan interpretasi
- b. Pengolahan data statistik inferensial
 - a) Uji Normalitas
 - b) Uji Multikolinearitas
 - c) Uji Heterokedasitas
- c. Uji Hipotesis Analisis Jalur Path
 - a) Menentukan struktur diagram jalur
 - b) Menentukan koefisien jalur
 - c) Menentukan pengaruh variabel lain
 - d) Uji T
 - e) Menentukan pengaruh parsial

Data pada tabel 2 menunjukkan bahwa hubungan *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan kuat, karena nilai korelasi 0,822 lebih mendekati 1. Artinya, ketika *receptionist* memberikan pelayanan dengan handal, tepat waktu, dan antara permintaan dan yang diberikan sesuai, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,822.

Hubungan *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan tergolong kuat, hal ini karena nilai korelasai 0,797 lebih mendekati 1. Artinya, ketika pelanggan menerima pelayanan dengan tepat waktu dari *receptionist* maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,797 dengan kategori kuat.

Assurance (jaminan) memiliki hubungan lemah terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari nilai korelasinya yaitu 0,393 dimana nilai tersebut lebih mendekati 0. Dapat diartikan bahwa, jaminan kepercayaan yang disampaikan oleh *receptionist* tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan terhadap total pelayanan pada saat menginap.

Empathy (empati) juga memiliki hubungan yang lemah dengan kepuasan pelanggan, dimana nilai korelasi 0,099 lebih mendekati 0. *Tangibles* (bukti fisik) memiliki hubungan yang lemah dengan kepuasan pelanggan, dengan nilai korelasi yaitu 0,046 dimana nilai tersebut lebih mendekati 0. Artinya, pelanggan yang datang tidak terlalu memperhatikan penampilan fisik dari *receptionist* yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (X₂)

Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? Untuk mengetahuinya perlu dilakukan pengujian apakah variabel-variabel tersebut saling berhubungan. Tabel 2 merupakan hasil uji statistik untuk mengetahui keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi Kualitas Pelayanan	Nilai Korelasi rang Spearman	Sig
Kualitas Pelayanan	<i>Realibiliy</i> (kehandalan)	0,822	0,000
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	0,797	0,000
	<i>Assurance</i> (jaminan)	0,393	0,000
	<i>Empathy</i> (Empati)	0,099	0,329
	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	0,046	0,652

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2017)

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X₂) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? Untuk mengetahuinya perlu dilakukan pengujian apakah variabel-variabel tersebut saling berhubungan.

Tabel 3 merupakan hasil uji statistik untuk mengetahui keterkaitan antara variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi Kepuasan Pelanggan	Nilai Korelasi rang Spearman	Sig
Kepuasan Pelanggan	Keluhan yang teratasi	0,247	0,013
	Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk	0,479	0,000
	Kesesuaian dengan ekspektasi	0,510	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2017)

Dimensi keluhan yang teratasi memiliki hubungan yang lemah dengan loyalitas pelanggan, dimana nilai korelasinya adalah 0,247 lebih mendekati 0. Artinya, walaupun keluhan pelanggan teratasi pada saat menginap di Royal Safari Garden Resort & Convention, hal ini tidak terlalu meningkatkan kepada loyalitas pelanggannya.

Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk memiliki hubungan yang lemah dengan loyalitas pelanggan dengan nilai korelasi 0,479 lebih mendekati 0. Hal ini berarti pelanggan yang puas terhadap produk/ jasa yang telah diberikan oleh Royal Safari Garden Resort & Convention tidak terlalu besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

Data pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa kesesuaian harapan dan ekspektasi memiliki hubungan yang kuat terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dapat dilihat pada korelasi nya yaitu sebesar 0,510. Artinya, ketika harapan pelanggan sesuai dengan ekspektasi bahkan melebihi maka hal ini membuat pelanggan menjadi loyal.

3. Hasil Uji Hipotesis

a) Sub Struktur 1 (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan)

Sub struktur 1 menjelaskan jawaban pertanyaan pertama bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention. Hasil pengujian hipoetesis berdasarkan sub struktur 1 ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil output SPSS Sub Struktur I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-	2.127		-.900	.370
	Kualitas pelayanan (X ₁)	.446	.034	.801	13.229	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (X₂)

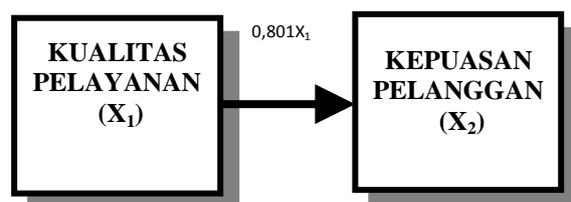
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2017)

Data pada Tabel 4 menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (X₂). Hal ini karena signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) sehingga Ho ditolak. Jadi berdasarkan hasil uji hipotesis 1 yang berbunyi : “Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention” diterima.

Besar pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat berdasarkan persamaan berikut:

$$X_2 = \rho x_1 x_2.X_1 + \epsilon$$

$$= 0,801X_1$$



Gambar 1. Hasil Sub Struktur 1

Persamaan diatas menyatakan bahwa besar pengaruh langsung yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,801. Hal ini berarti, jika kualitas pelayanan yang diberikan bagus/meningkat maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan juga meningkat.

b) Sub Struktur 2 (Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan)

Sub struktur 2 menjelaskan jawaban pertanyaan kedua bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention. Hasil pengujian hipotesis berdasarkan sub struktur 2 ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel. 5 Hasil output SPSS Sub Struktur 2

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	16.251		7.168	.000
	Kepuasan konsumen (X ₂)	.662	.086	7.692	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen (Y)

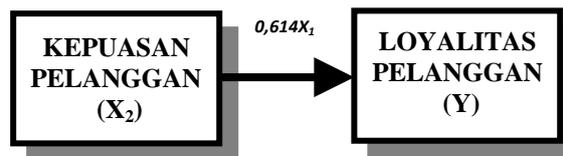
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2017)

Data pada Tabel 5 menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan pelanggan (X₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini karena signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) sehingga Ho ditolak. Jadi berdasarkan hasil uji hipotesis 2 yang berbunyi : “Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention” diterima.

Besar pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat berdasarkan persamaan berikut:

$$Y = \rho x_2y.X_2 + \epsilon$$

$$= 0,614X_2$$



Gambar 2. Hasil Sub Struktur 2

Persamaan diatas menyatakan bahwa besar pengaruh langsung yang diberikan oleh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,614.

c) Sub Struktur 3 (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan)

Sub struktur 3 menjelaskan jawaban pertanyaan ketiga bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention. Hasil pengujian hipotesis berdasarkan sub struktur 3 ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel. 6 Hasil output SPSS Sub Struktur 3

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.801		.867	.388
	Kualitas pelayanan (X ₁)	.506	.033	.841	15.359

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2017)

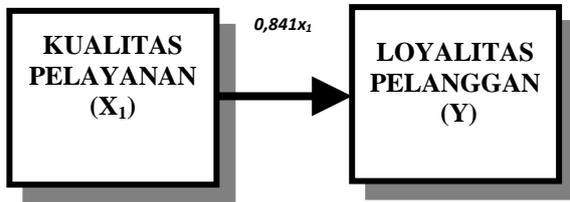
Data pada Tabel 6 menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X₁) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini karena signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) sehingga Ho ditolak. Jadi berdasarkan hasil uji hipotesis 2 yang berbunyi : “Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention” diterima.

Besar koefisien regresi yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap

loyalitas pelanggan dapat dilihat berdasarkan persamaan berikut:

$$Y = \rho_{x_1y} \cdot X_1 + \varepsilon$$

$$= 0,841X_1$$



Gambar 3. Hasil Sub Struktur 3

Persamaan diatas menyatakan bahwa besar pengaruh langsung yang diberikan oleh kepuasan pelanggan terhadap

loyalitas pelanggan adalah 0,841.

d) Sub Struktur 4 (Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan)

Sub struktur 4 menjelaskan jawaban pertanyaan ketiga bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Hasil pengujian hipotesis berdasarkan sub struktur 4 ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel. 7 Hasil output SPSS Sub Struktur 4

Model	Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.459		2.060		.708	.481		
Kualitas pelayanan (X1)	.585	.973	.054	10.781	.000	.359	2.786	
Kepuasan konsumen (X2)	-.179	-.166	.097	-1.834	.070	.359	2.786	

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2017)

$$Y = \rho_{x_1y} \cdot X_1 + \rho_{x_2y} \cdot X_2 + \varepsilon$$

$$= 0,973X_1 - 0,166X_2$$

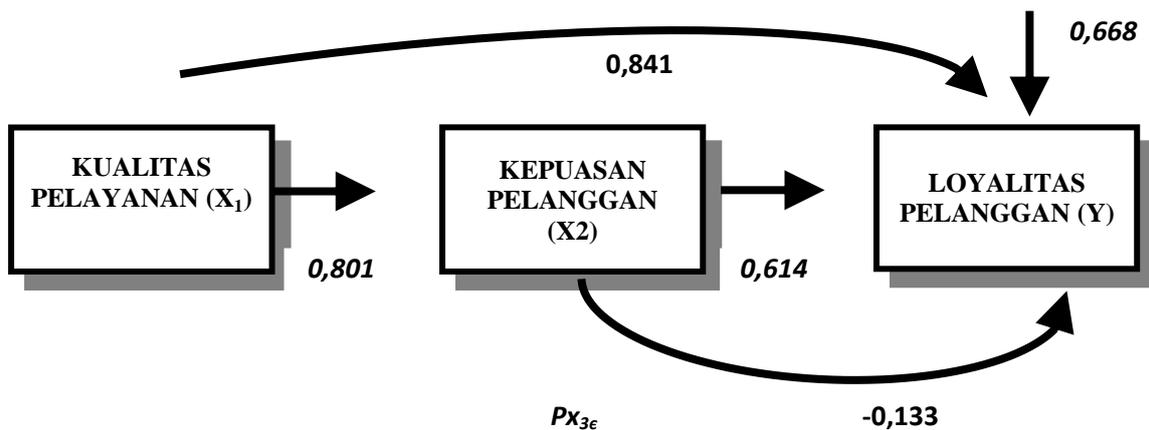
Koefisien regresi pengaruh tidak langsung X_1 ke Y melalui X_2 yaitu $0,801 \times (-0,166) = -0,133$. Dan total pengaruh X_1 ke Y yaitu $0,841 + (-0,133) = 0,668$. Dengan ini dapat diketahui bahwa pengaruh langsung X_1 terhadap Y lebih besar daripada pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_2 .

Untuk mengetahui apakah pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap dependen melalui variabel moderator itu signifikan atau tidak, maka dilakukan dengan mendeteksi pengaruh

mediasi langsung.

Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2016), untuk mengetahui apakah variabel mediasi memediasi pengaruh variabel independen terhadap dependen dapat dideteksi langsung dengan melihat model regresi pada uji t.

Dapat diketahui bahwa pada persamaan 1 variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap X_2 , pada persamaan 3 variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap Y , dan pada persamaan 4 variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap Y . Jadi dapat disimpulkan bahwa X_2 memediasi pengaruh antara X_1 terhadap Y .



Gambar 4. Hasil Struktur Jalur antar Variabel

4. Pembahasan

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,801 pada Royal Safari Garden Resort & Convention artinya pelayanan yang diberikan oleh *receptionist* berupa kehandalan, daya tanggap, kepercayaan, empati, dan penampilan yang menarik mampu memberikan rasa puas kepada pelanggan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan dimana kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Dalam penelitian ini masalah yang paling menonjol dari kualitas pelayanan pada Royal Safari Garden Resort & Convention yaitu *receptionist* yang kurang tanggap dalam menangani permintaan

pelanggan sehingga adanya kekecewaan terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh kemampuan *receptionist* dalam melayani pelanggan. Jadi dapat dikatakan bahwa untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan perlu diperhatikan kembali bagaimana kemampuan, latar belakang pendidikan, dan kinerja dari *receptionist* di Royal Safari Garden Resort & Convention itu sendiri.

b) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,614 pada Royal Safari Garden Resort & Convention artinya pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Royal Safari Garden Resort & Convention akan loyal terhadap pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Olson (1993) bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan. Artinya, pelanggan yang puas

dengan suatu produk/jasa akan loyal sehingga melakukan pembelian ulang kembali.

Dalam penelitian ini masalah yang paling menonjol dari kualitas pelayanan pada Royal Safari Garden Resort & Convention yaitu menurunnya tingkat hunian kamar rata-rata pertahun pada tahun 2014 dan 2015. Hal ini membuktikan bahwa, pelanggan yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh Royal Safari Garden Resort & convention tidak akan melakukan pembelian ulang.

c) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Royal Safari Garden Resort & Convention artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan akan puas sehingga mereka akan loyal terhadap perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Rauyruen, Miller, & Barret (2007) yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, penyedia/ pemasok harus meningkatkan 4 aspek berikut yaitu kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan kualitas pelayanan.

Dalam penelitian ini masalah yang paling menonjol dari loyalitas pelanggan pada Royal Safari Garden Resort & Convention yaitu kekecewaan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh *receptionist*. Sehingga rendahnya kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap Royal Safari Garden Resort & Convention

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

- a) Terdapat pengaruh langsung dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention dengan kekuatan pengaruh yaitu 0,801.
- b) Terdapat pengaruh langsung dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention dengan kekuatan pengaruh yaitu 0,614.
- c) Terdapat pengaruh langsung dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Royal Safari Garden Resort & Convention dengan kekuatan pengaruh yaitu 0,841.
- d) Terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening sebesar 0,668.
- e) Pengaruh terbesar dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah *reliability* (kehandalan) sebesar 0,822 dan *responsiveness* (daya tanggap) sebesar 0,797. Sedangkan pengaruh terkecil adalah *empathy* (empati) sebesar 0,099.

Rekomendasi

Pertama, rekomendasi disampaikan untuk manajemen Royal Safari Garden Resort & Convention adalah:

- a) Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa loyalitas pelanggan secara tidak langsung dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Sehingga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, manajemen Royal Safari Garden Resort & Convention sebaiknya lebih memperhatikan kepuasan pelanggan melalui 5 dimensi kualitas pelayanan

yang ada yaitu reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dan tangible (bukti fisik). Dari kelima dimensi tersebut yang harus dipertahankan adalah reliability (kehandalan) dan responsiveness (daya tanggap), sedangkan untuk ketiga dimensi lain yang harus lebih ditingkatkan terutama pada dimensi empathy (empati).

- b) Pengembangan terhadap dimensi empathy pada receptionist lebih ditingkatkan melalui pelatihan pengetahuan, pelatihan sikap, dan juga pelatihan keterampilan.

Kedua, rekomendasi disampaikan untuk peneliti selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menggunakan variabel lain diluar variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening dengan menggunakan teknik analisis lain untuk melihat factor-faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Crosby, Lawrence A., Kenneth R. Evans, and Deborah Cowless, 1990. "Relationship Quality in service Selling: An Interpersonal Influence Perspective," *Journal of Marketing*, Vol: 54, No. 3 (July).
- Fullerton, Gordon & Shirley Taylor. 2000. *The Role of Commitment in Service Relationship*. Kingston, Ontario: School of Business Acadia University.
- Ghazali, Imam, 2016, "Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23", Cetakan kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kartajay, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Element Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Lau, G, dan Lee, S, 1999. "Consumers Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty", *Journal of Marketi Focused Management*. Vol: 4, Hal 341-370
- Olson, Jerry C and Peter, J. 1993. *Customer Behaviour and Marketing Strategy*, 2nd Ed, John Willey & Son, New York.
- Rauyuren, Papassapa. 2007. *Relationship Quality as a Predictor of B2B Customer Loyalty*. University of Technology, Sydne. Australia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- _____. 2016. *Service, Quality and Satisfaction edisi keempat*. Yogyakarta: Penerbit Andi