

Pengaruh pelayanan prima dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada industri perhotelan berbintang di Kota Jambi

Hendriyaldi

Universitas Jambi

E-mail korespodensi: hendriyaldi@unja.ac.id

Abstract

In the digitalization era, every company is expected to be able to solve the problems faced by consumers quickly and based on technology so that they can compete with competitors in facing the era of industrial revolution 4.0. In the hotel industry, good service quality and customer satisfaction have an important role in building customer loyalty. Aims to analyze the influence of excellent service on customer loyalty, the influence of customer satisfaction on customer loyalty and excellent service and customer satisfaction together on customer loyalty in star hotels in Jambi City. This research uses quantitative descriptive research. In this research, researchers collected data to test the hypothesis and multiple linearity regression analysis, and F test and t test. The research results show that excellent service has a positive effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty and excellent service and customer satisfaction together have a positive effect on customer loyalty, which shows that to increase customer loyalty, excellent service quality and customer satisfaction must also be improved.

Keywords: *excellent service, customer satisfaction, customer loyalty*

Abstrak

Pada era digitalisasi setiap perusahaan diharapkan agar dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dengan cepat serta berbasis teknologi sehingga mampu bersaing dengan kompetitor dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. Di industri perhotelan, kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara bersama terhadap loyalitas pelanggan pada perhotelan berbintang di Kota Jambi. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data untuk menguji dari hipotesis dan analisis regresi linieritas berganda, dan uji F dan uji t. Hasil penelitian bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara bersama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang menunjukkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka kualitas pelayanan prima dan kepuasan pelanggan juga harus ditingkatkan.

Kata kunci: pelayanan prima, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi setiap perusahaan diharapkan agar dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dengan cepat serta berbasis teknologi sehingga mampu bersaing dengan kompetitor dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. Di industri

perhotelan, kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan.(Fitriani et al., 2020). Pelayanan bertujuan untuk kepuasan pelanggan seperti menurut Barata (2003) menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu aktivitas yang terjadi secara berinteraksi langsung antara seseorang yang dilayani dengan orang yang melayani atau mesin pelayanan dengan tujuan memberi kepuasan. pelayanan prima merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan yang berdasarkan standar dan prosedur pelayanan dalam mewujudkan trust pelanggan sehingga tercapainya kepuasan pelanggan serta terwujudnya loyalitas yang tinggi dari pelanggan. Indikator pelayanan prima menurut Barata (2003) antara lain: 1. Attitude Sikap ketika berhadapan dengan konsumen. 2. Attention Bentuk kepedulian terhadap pelanggan. 3. Action Suatu aktivitas yang kegiatan yaharus dilaksanakan dalam melayani konsumen 4. Ability Suatu keterampilan atau pengetahuan dalam melayani konsumen 5. Appearance Penampilan dalam melayani konsumen baik berbentuk fisik maupun non fisik 6. Accountability Rasa tanggung jawab terhadap konsumen.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan dampak signifikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan (Siregar & Putri, 2020) (Purwaningrum & D, 2022) (Ningsih & Nurfarida, 2022) (Fitriani et al., 2020). Kepuasan yakni perasaan senang sesuai dengan harapan seperti menurut Kotler dan Keller (2007) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah pelanggan bandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seorang ketika menerima sesuatu yang ditawarkan dengan membandingkan kinerja atas sesuatu yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Indikator kepuasan pelanggan untuk mengukur kepuasan pelanggan ada 5 (lima) indikator antara lain (Kotler dan Keller, 2016): 1. Re-Purchase, yakni pelanggan berkeinginan membeli kembali barang atau jasa yang di jual oleh pelaku bisnis. 2. Word-of-Mouth, yakni pelanggan akan menyampaikan bahwa perusahaan tersebut bernilai positif kepada orang lain 3. Citra Merek, yakni pelanggan akan fokus kepada merek perusahaan tersebut tidak untuk pesaing. 4. Keputusan pembelian yakni pelanggan akan membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama. 5. Penawaran produk atau jasa oleh pelanggan.

Dari Tabel 1 dapat diketahui perkembangan industri perhotelan di Jambi tumbuh sangat pesat. Selain itu masih banyak hotel dengan kualifikasi melati. Pelaku bisnis hotel harus menyesuaikan diri dengan pesaing baru, terutama yang sudah terpapar teknologi seperti OYO Hotel, Reddoorz dan jasa penginapan lainnya. Dengan banyaknya kompetisi, maka akan banyak juga pelaku bisnis hotel yang akan berguguran dengan sendirinya jika tidak mampu beradaptasi pada perkembangan teknologi, terutama dalam pelayanan pelanggan Semua industri perhotelan harus mampu memberikan pelayanan prima kepada pelanggan seperti memberikan kepuasan yang optimal bagi pelanggan disertakan fasilitas yang berbasis teknologi, aman, nyaman, dan cepat. Kecepatan dalam memberikan pelayanan dari perusahaan sangat dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga akan berpengaruh pada jumlah tamu yang datang atau loyalitas tamu hotel.

Menurut Baloglu (2002) loyalitas pelanggan adalah sikap komitmen yang positif dan konsisten dari pelanggan untuk kembali membeli atas produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Kemudian pendapat lain mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah rasa kesetiaan dari konsumen kepada pelaku bisnis atas merek maupun produk yang dijual (Rangkuti, 2009). Sutisna (2003) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu

sepanjang waktu. Indikator Loyalitas Pelanggan Menurut Baloglu (2002) bahwa indikator dari loyalitas pelanggan tersebut ada 5 (lima) antara lain: 1. Trust, kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan 2. Emotion commitment, komitmen pelanggan terhadap merek perusahaan 3. Switching cost, respon konsumen pelanggan jika terjadi perubahan 4. Word of mouth menyampaikan konsumen terhadap orang lain perihal produk atau jasa perusahaan. 5. Cooperation sikap kerja sama antara pelanggan dengan perusahaan

Tabel 1. Hotel Kota Jambi

No	Kualifikasi	Nama Hotel
1	Bintang 5	BM Luxury Hotel
2	Bintang 4	Swiss Bell Hotel
3	Bintang 4	Abadi Suite Hotel & Tower
4	Bintang 4	Aston Jambi Hotel & Confrence Centre
5	Bintang 4	Rumah Kito Resort Hotel
6	Bintang 3	Golden Harvest Hotel
7	Bintang 3	V Hotel
8	Bintang 3	Invinity Hotel
9	Bintang 3	Odua Weston Hotel
10	Bintang 3	Abadi Hotel dan Converstion Center
11	Bintang 3	Ceria Hotel Jambi by Tritama Hopitality
12	Bintang 3	Wiltop Hotel
13	Bintang 3	Matahari 1 Hotel
14	Bintang 3	Royal Golden Resort Hotel
15	Bintang 3	Luminor Hotel
16	Bintang 3	Grand Jambi Hotel
17	Bintang 3	Octopus Wellness Hotel and Spa
18	Bintang 3	Shang Ratu Hotel
19	Bintang 3	Grand Makmur Hotel
20	Bintang 3	Yellow Hotel Jambi
21	Bintang 3	The Difan Hotel
22	Bintang 3	Hotel Sutha Inn
23	Bintang 2	Ratu Hotel & Resort
24	Bintang 2	Cosmo Hotel
25	Bintang 2	Abadi Budget Hotel
26	Bintang 2	Hotel Duta Jambi
27	Bintang 2	MJs Hotel
28	Bintang 1	Evan Hotel
29	Bintang 1	Raja Residence Hotel
30	Bintang 1	Pundi Rezeki Hotel
31	Bintang 1	Pundi Rezeki 3 Hotel
32	Bintang 1	Jambi Raya Hotel
33	Bintang 1	Harisman Hotel
34	Bintang 1	Matahari II Hotel
35	Bintang 1	Pundi Rezeki II Hotel
36	Bintang 1	Wisata Jambi Hotel
37	Bintang 1	T-One Hotel

Sumber: BPS Kota Jambi dan tiket.com (2024)

Industri perhotelan di Kota Jambi merupakan sektor yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa masih terdapat keluhan dari pelanggan terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel-hotel berbintang di Kota Jambi (Cham & Easvaralingam, 2012). Ketidakpuasan pelanggan ini kemudian berdampak pada rendahnya tingkat loyalitas pelanggan pada industri perhotelan di Kota Jambi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan secara bersama terhadap loyalitas pelanggan pada perhotelan berbintang di Kota Jambi.

Studi sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan (Ningsih & Nurfarida, 2022) (Fitriani et al., 2020) (Siregar & Putri, 2020) (Marcelia, 2017). Sebagaimana disampaikan dalam penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan (Marcelia, 2017). Selain itu, studi lain juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan keberhasilan suatu usaha (Ningsih & Nurfarida, 2022)(Siregar & Putri, 2020) (Marcelia, 2017). Dengan kata lain, kualitas layanan suatu hotel dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan yang kemudian menciptakan loyalitas pelanggan.

METODE

Jenis penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data untuk menguji dari hipotesis yang ada atau disebut juga untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian.

Sumber data

Sumber data dalam penelitian ada data primer dan data sekunder. Data Di dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh hasil kuesioner yang diisi oleh respondek. Kemudian sumber data primer diperoleh dari pelanggan yang telah mendapatkan kuisisioner dari peneliti. Data Sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari kajian literatur, jurnal ilmiah, internet dan data tertulis lainnya yang dapat mendukung data primer.

Teknik pengumpulan

Data Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada responden yang isinya berupa pernyataan tertulis berhubungan dengan objek penelitian yaitu pelayanan prima, kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Populasi

Populasi adalah jumlah secara keseluruhan yang terapkan oleh peneliti yang mempunyai ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Di dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang sudah mengunjungi dan menginap pada hotel berbintang di Kota Jambi

Teknik pengambilan sampel

Teknik purposive sampling merupakan teknik yang dipilih dalam pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini. Pada teknik Purposive sampling penentuan sampel ditentukan dengan pertimbangan-pertimbangan yang memenuhi kriteria. Adapun kriteria tersebut adalah pelanggan yang sudah mengunjungi hotel berbintang di Kota Jambi

Pengukuran variabel

Pengukuran variabel menggunakan skala Likert. Di dalam angket yang akan di sebarakan kepada responden terdapat pernyataan atau pernyataan yang harus di isi dengan berbentuk ceklis atau conteng dan diberi skor dengan nilai skala Likert sebagai berikut: Sangat setuju (5), setuju (4), Netral (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1).

Teknik pengujian instrumen

Uji validitas

Di dalam penelitian harus melalui uji validitas. Jika terjadi kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data pada objek yang diteliti maka disebut pengujiannya valid. Valid dapat dikatakan bahwa instrument tersebut bisa digunakan dalam mengukur apa yang harus peneliti ukur.

Uji reliabilitas

Di dalam uji ini sebut juga pengujian kehandalan instrumen. Sehingga instrumen yang diuji dapat dipercaya atau disebut juga menyangkut ketepatan/konsisten instrumen sebagai alat pengukur.

Uji asumsi klasik

Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Guna mendeteksi apakah model regresi yang akan di analisis normalitas atau tidak menggunakan analisis grafik normal *probability plot* (NPP).

Uji multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Jika bertujuan mengetahui apakah ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel, peneliti dapat melihat dari hasil nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor. Dalam uji ini diharapkan tidak terjadinya korelasi antar variabel independen.

Uji heteroskedastisitas

Di dalam uji ini yang dinilai adalah ada ketidaknya kesamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Model regresi dapat dikatakan valid apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi

Analisis regresi linieritas berganda

Tujuan dari analisis regresi linieritas berganda untuk memperoleh arah interaksi antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah variabel bebas yang berinteraksi bernilai negatif atau positif serta bertujuan untuk prediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan

Y = Loyalitas pelanggan

X1 = Pelayanan prima

X2 =Kepuasan pelanggan

B1-2 =Koefisien parsial untuk masing-masing variabel

Koefisien determinasi berganda (R²)

Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai atas efek atau pengaruh dari variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat. Kemudian sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian

Uji F secara serempak

Menurut Priyantno (2010) Uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

Uji t secara parsial

Menurut Priyantno (2010) Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas

Dari Tabel 3 diketahui hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* terlihat bahwa nilai P-value yaitu Asymp.Sig (2-tailed) bernilai > 0.05. sehingga disimpulkan bahwa residual telah memenuhi asumsi distribusi normal.

Tabel 3. *One-sample kolmogorov-smirnov test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34462699
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.069
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah, 2022

Uji multikolinearitas

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* masing-masing variabel bebas lebih besar (>) dari 0.10. Selain itu juga terlihat bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas lebih kecil (<) dari 10. Dengan demikian dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolienaritas antar variabel bebas.

Tabel 4. Hasil uji multikolienaritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.924	2.780			
Pelayanan Prima	.815	.097	.686	.708	1.412
Kepuasan Pelanggan	.290	.091	.261	.708	1.412

Sumber : Olah data SPSS. Versi 22 (2020)

Analisi regresi linear berganda

Pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas. variabel pelayanan prima memberikan pengaruh positif terhadap kinerja. Peningkatan Pelayanan Prima sebesar 1 satuan akan meningkatkan kinerja sebesar 0.815. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0, 290.

Tabel 5. Persamaan regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.924	2.780		-1.771	.082
Pelayanan Prima	.815	.097	.686	8.425	.000
Kepuasan Pelanggan	.290	.091	.261	3.209	.002

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel diatas juga maka dapat dibuat persamaan regresi linear yang mencerminkan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -4.924 + 0,815X_1 + 0,290X_2 \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

X¹ = Pelayanan prima

X² = Kepuasan pelanggan

Y =Loyalitas pelanggan

Uji hipotesis

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen perubahan variabel independen dapat menjelaskan perubahan variabel dependennya.

Tabel 6. Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.723	3.40280

Sumber : Data diolah, 2023

Dari pengujian yang dilakukan, nilai sebesar 0,723 sehingga dapat dikatakan bahwa sebesar 72,3% variasi variabel dependen (dalam hal ini loyalitas pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel independen pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 27,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Uji signifikansi model (Uji F)

Tabel 7. Hasil uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1805.728	2	902.864	77.974	.000 ^b
Residual	660.005	57	11.579		
Total	2465.733	59			

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 7 Menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 77,974 dengan angka signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,16) dan angka signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Uji parsial (uji t)

Dari hasil perhitungan uji regresi linier berganda seperti yang terlihat pada Tabel. menunjukkan :

Tabel 8. Hasil uji parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.924	2.780		-1.771	.082
Pelayanan Prima	.815	.097	.686	8.425	.000
Kepuasan Pelanggan	.290	.091	.261	3.209	.002

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil dari uji t variabel Pelayanan Prima (X_1) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilainya lebih kecil dari nilai α yang telah ditetapkan (0,05) dan nilai t_{hitung} (8.425) lebih besar daripada nilai t_{tabel} (2,00), sehingga tolak H_0 dan terima H_1 yang berarti pelayan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil dari uji t variabel disiplin (X_2) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,002, dimana nilainya lebih kecil dari nilai α yang telah ditetapkan (0,05) dan nilai t_{hitung}

(3.209) lebih besar daripada nilai $t_{\text{-tabel}}$ (2,00), sehingga tolak H_0 dan terima H_1 yang berarti kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji signifikansi t dilihat dari nilai probabilitas (Sig) yang dibandingkan dengan nilai tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Bila $\text{prob} < \alpha$, maka variabel tersebut signifikan. Berdasarkan hasil uji signifikansi diperoleh bahwa semua variabel signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai $t_{\text{-hitung}}$ (8,425) $>$ t_{tabel} (2,00), sehingga inferensi yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian semakin baiknya pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi loyalitasnya dan sebaliknya, semakin buruk pelayanan yang diberikan maka akan semakin rendah loyalitasnya. Hal ini sejalan dengan pendapat (Siregar & Putri, 2020) (Purwaningrum & D, 2022) (Ningsih & Nurfarida, 2022) (Fitriani et al., 2020) dan menurut Barata (2003) pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan agar mereka selalu loyal kepada perusahaan atau sebuah organisasi. Dari hasil yang diperoleh pelayanan yang diberikan sudah memasuki kategori yang baik di mata para responden. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai $t_{\text{-hitung}}$ (3,209) $>$ t_{tabel} (2,00), sehingga inferensi yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan dan sebaliknya, semakin rendah tingkat kesesuaian harga, pelanggan maka akan semakin rendah loyalitasnya, sejalan dengan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan keberhasilan suatu usaha (Ningsih & Nurfarida, 2022) (Siregar & Putri, 2020) (Marcelia, 2017) dan hal ini sesuai dengan penelitian Supertini dkk (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pada uji F menunjukkan nilai $F_{\text{-hitung}}$ sebesar 77,974 dengan angka signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai $F_{\text{-hitung}} > F_{\text{-tabel}}$ (3,16) dan angka signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, atau dengan kata lain variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan sejalan dengan penelitian terdahulu (Ningsih & Nurfarida, 2022) (Fitriani et al., 2020) (Siregar & Putri, 2020) (Marcelia, 2017) bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan. Sebagaimana disampaikan dalam penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan (Marcelia, 2017)

Temuan koefisien determinasi variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,723 atau 72,3%. Hal ini memberikan arahan bahwa sebesar 72,3 persen variasi yang terjadi pada variabel loyalitas pelanggan disebabkan oleh pengaruh dari variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian masih terdapat sisa yaitu koefisien non-determinasi sebesar $100\% - 72,3\% = 27,7\%$, yang artinya sebesar 27,7% variasi yang terjadi pada variabel loyalitas pelanggan disebabkan oleh variabel di luar variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelayanan prima berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada industri perhotelan berbintang di Kota Jambi. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada industri perhotelan berbintang di Kota Jambi. Pelayanan prima dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada industri perhotelan berbintang di Kota Jambi.

Saran

Hendaknya industri perhotelan berbintang di Kota Jambi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka pelayanan prima perlu ditingkatkan seperti attitude karyawan berhadapan dengan konsumen, kepedulian karyawan terhadap pelanggan, aktif dilaksakan dalam melayani konsumen, keterampilan atau pengetahuan karyawan dalam melayani konsumen, penampilan karyawan dalam melayani konsumen dan rasa tanggung jawab karyawan terhadap konsumen.

Industri perhotelan berbintang di Kota Jambi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan salah satunya adalah kepuasan pelanggan harus diperhatikan seperti re-purchase, yakni pelanggan berkeinginan membeli kembali barang atau jasa yang di jual oleh pelaku bisnis, word-of-mouth, yakni pelanggan akan menyampaikan bahwa perusahaan tersebut bernilai positif kepada orang lain, citra merek, yakni pelanggan akan fokus kepada merek perusahaan tersebut tidak untuk pesaing, keputusan pembelian yakni pelanggan akan membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama dan penawaran produk atau jasa oleh pelanggan

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna karena adanya berbagai keterbatasan antara lain variabel-variabel lain diluar penelitian yang ada, sehingga bagi peneliti yang akan datang dapat meneruskan dan menyempurnakan penelitian ini dengan mengkaji variabel lain mempengaruhi loyalitas pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Afikarina Afikarina Purwaningrum, Maria Agatha Sri W D (2022) Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen wahyu fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir. *Jurnal Economina*. 1(2).
- Amanda Marcelia (2017). Pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Restoran Lotteria Plaza Semanggi. 14(2). 126-143
- Ani Sugiarti Ningsih, Iva Nurdiana Nurfarida (2022). Efek Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Mbr (Management and Business Review)*. 6(1)
- Baloglu, Seyhmun. (2002). *Dimension of customer loyalty: separating friends from well wisher*. Cornell University, 43-59
- Barata, A, A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta : Elex Media Kompetindo
- Kotler, Philip Dan Keller, (2007). *Manajemen pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua Belas, Pt. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Laras Nur Fitriani, Eko Nurhadi, Setyo Parsudi (2020) Analisis tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen rumah makan sate ayam Ponorogo H Tukri Sobikun. Agridevina: Berkala Ilmiah Agribisnis
- Rangkuti, Feddy. (2009). *Measuring customer satisfaction*, Jakarta, Pt Gramedia Pustaka Utama

- Sutisna, (2003). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*, Cetakan Ketiga. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya Badan Pusat Statistik Kota Jambi Tahun 2021
- Tat-Huei Cham, Yalini Easvaralingam (2012). Service Quality, Image And Loyalty Towards Malaysian Hotels. *International journal of services, economics and management*.4(4).
- Widyana Verawaty Siregar, Syarifah Muthia Putri (2020) Studi Konsep Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Sebagai Perusahaan Penyedia Energi Listrik Monopoli, 3(1). *Rekayasa Elektrikal dan Energi*