

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA HOTEL SAHID DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Annisa Widita Habsari

Perkembangan dunia bisnis yang sangat cepat membuat persaingan semakin ketat. Para pelaku dunia bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan profit perusahaannya tidak terkecuali dalam bisnis yang bergerak di sektor pariwisata. Dewasa ini persaingan industri perhotelan sangat ketat diakibatkan oleh banyaknya perusahaan sejenis dan semakin banyak alternatif pilihan bagi konsumen. Perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada konsumennya sehingga konsumen merasa puas dan memiliki kesan yang baik dan konsumen tersebut merasa loyal terhadap hotel tersebut.

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen di Hotel Sahid Bandar Lampung, untuk itu Hotel Sahid Bandar Lampung perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* dan loyalitas konsumen dapat memperlihatkan kinerja perusahaan yang dapat dianalisis dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Hotel Sahid di Bandar Lampung.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah *non probability sampling*. Data diperoleh dari penyebaran kuisioner dengan model persamaan *structural* atau *Structural Equation Modeling (SEM)*. Dengan ukuran sampel minimal 400 responden yang pernah menggunakan jasa pelayanan pada Hotel Sahid Bandar Lampung.

Hasil analisis deskriptif, terlihat bahwa Variabel X dan Y memiliki kinerja yang berbeda. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X) yaitu *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3) *empathy* (X4), dan *tangible* (X5) dan yang memiliki skor tertinggi yaitu *responsiveness*, sedangkan skor terendah yaitu *emphaty*, hal ini terbukti dengan jawaban yang mereka berikan banyak mengatakan kurang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kemudian dari analisis kuantitatif, yaitu dengan menggunakan perhitungan SEM, *assurance* memberikan kontribusi yang lebih besar dalam memberikan pengaruh kepada kualitas pelayanan pada Hotel Sahid dari pada variabel lainnya. Kemudian disusul dengan variabel *empathy*, *tangible*, *responsiveness*, dan *reliability*.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, loyalitas konsumen.