

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Berdampak Pada Minat Beli Ulang Pelanggan Hotel Kurnia Dua di Bandar Lampung

Oleh

DIONO NUGROHO

Era globalisasi seperti sekarang ini pertumbuhan bisnis berlangsung sangat cepat. Salah satu contohnya yaitu bisnis perhotelan, salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bermunculannya pesaing-pesaing Hotel Kurnia Dua, terutama yang terletak pada lokasi yang sama dan berfluktuasinya volume pendapatan Hotel Kurnia Dua.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*reliability, tangibles, empathy, responsiveness, assurance*) terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang pada pelanggan Hotel Kurnia Dua di Bandar Lampung. Penelitian ini mengambil sampel tamu yang menginap di hotel Kurnia Dua. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*.

Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien determinasi Y sebesar $R^2 = 57,9\%$ dan Z sebesar $R^2 = 54,6\%$. Hal ini berarti sumbangan variabel X (Kualitas Pelayanan) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 57,6% dan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya, kepuasan (Y) berpengaruh terhadap terciptanya minat beli ulang (Z) sebesar 54,6% dan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji t juga menunjukkan nilai t hitung pada variabel kepuasan lebih besar dari t table yaitu 1,983. Hal ini berarti variabel kepuasan (Y) memiliki pengaruh yang positif

terhadap minat beli ulang (Z). Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan berdampak pada minat beli ulang pelanggan.

Saran untuk Hotel Kurnia Dua adalah Hotel Kurnia Dua sebaiknya meningkatkan dan memperhatikan variabel bukti fisik (*tangibles*). Hal ini untuk mencapai keunggulan daya saing dan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang menginap.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Minat Beli Ulang