

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONT OFFICE* TERHADAP  
LOYALITAS TAMU DI HOTEL ARYADUTA MAKASSAR**

**TUGAS AKHIR**

Laporan tugas akhir ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
kelulusan Diploma III Politeknik Bosowa



**Diusulkan Oleh:**

**JULIANA**

**014 05 009**

**PROGRAM STUDI PERHOTELAN**

**POLITEKNIK BOSOWA**

**MAKASSAR**

**2017**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONT OFFICE* TERHADAP LOYALITAS TAMU DI HOTEL ARYADUTA MAKASSAR**

Oleh:

**JULIANA**

**01405009**

Laporan tugas akhir ini telah disetujui dan disahkan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma III Politeknik Bosowa

**Menyetujui**

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

Rafika Hayati, M.Par

Nila Sartika Achmadi, S.M.B, M.M

**Mengetahui,**

**Ka. Prodi Perhotelan**

**Direktur**

Dewi Andriani, M.Par

Alang Sunding, M.T

## PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Juliana

NIM : 014 05 009

Dengan judul : Pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat. Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan bila ternyata dikemudian hari ditemukan pelanggaran saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Makassar, Agustus 2017

Juliana

## ABSTRAK

**Juliana, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front Office* Terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Aryaduta Makassar (Dibimbing oleh Rafika Hayati, M.Par dan Nila Sartika Achmadi, S.M.B, M.M)**

Pantai Losari merupakan salah satu ciri khas Kota Makassar sehingga menjadi pilihan utama pembangunan hotel-hotel berbintang. Adanya peningkatan jumlah hotel di Kota Makassar tersebut berdampak tingginya persaingan antara hotel-hotel tersebut. Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas tamu yang terdiri dari dua indikator yaitu perilaku dan sikap. Sampel dalam penelitian ini adalah tamu Hotel Aryaduta Makassar dari bulan Maret sampai bulan Mei sebesar 99 orang dengan menggunakan teknik insidental sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu studi pustaka, observasi dan angket. Teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Teknik analisis data menggunakan korelasi product moment dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa kualitas pelayanan *front office* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar sebesar 74.9% dan sisanya sebesar 26.1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan yang tidak diteliti lebih jauh oleh penulis.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kantor Depan, Loyalitas Tamu**

## **ABSTRACT**

***Juliana, 2017, the influence of front office service quality on guest loyalty at Aryaduta Makassar Hotel (supervised by Rafika Hayati, M.Par and Nila Sartika Achmadi, S.M.B, M.M)***

*Losari Beach is one of the hallmark of Makassar City so it becomes the main choice of hotels development. The increasing number of hotels in the city of Makassar is impacting the high competition between the hotels. This final project aims to determine the effect of front office service quality on guest loyalty at Hotel Aryaduta Makassar. The independent variables in this study include service quality consisting of indicators of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence. While the dependent variable is the loyalty of guests consisting of two indicators of behavior and attitude. The sample in this research was guest of Hotel Aryaduta Makassar from March until May by 99 people by using incidental sampling technique. Data collection techniques used by researchers are literature study, observation and questionnaires. Instrument testing techniques use validity test and reliability test. Data analysis technique using product moment correlation and coefficient of determination. Based on the results of research that has been done, that the quality of front office services have a significant and positive impact on guest loyalty at Hotel Aryaduta Makassar. The quality of service directly affects guest loyalty at Aryaduta Makassar Hotel is 74.9% and the rest 26.1% is influenced by other factors outside the service quality variable which is not examined further by the writer.*

***Keywords: Quality of Service, Front Office, Guest Loyalty***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini dikerjakan sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan program perkuliahan Diploma III untuk program studi Perhotelan Politeknik Bosowa. Penelitian ini penulis mengangkat judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front Office* Terhadap Loyalitas Tamu Di Hotel Aryaduta Makassar**. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak yang telah membantu kelancaran penulisan Tugas Akhir ini, diantaranya:

1. Melinda Aksa selaku Ketua Yayasan Aksa Mahmud yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
2. Djudil Akrim, M.M selaku Kepala Badan Pengurus Harian Politeknik Bosowa yang turut mendukung pelaksanaan penelitian ini.
3. Alang Sunding, MT selaku Direktur Politeknik Bosowa yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
4. Titim Wibayati, S.Sos selaku HR & GA Yayasan Aksa Mahmud yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan penelitian.
5. Amrullah, M.T selaku wakil Direktur I Politeknik Bosowa yang telah mengawasi proses pelaksanaan penulisan Tugas Akhir.
6. Isminarti, M.T selaku wakil, Direktur II Politeknik Bosowa yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Dewi Andriani, M.Par selaku ketua prodi Program Studi Perhotelan yang telah membantu penulis dalam hal perizinan pengumpulan data di lokasi penelitian.
8. St. Hadijah, M.Par selaku wali kelas penulis yang selalu mengawasi dalam hal waktu penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.

9. Rafika Hayati, M.Par selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
10. Nila Sartika Achmadi, S.M.B, M.M selaku pembimbing II yang telah membantu penulis dalam proses penulisan dan penempatan serta penggunaan kata yang baik pada Laporan Tugas Akhir ini.
11. Seluruh dosen prodi perhotelan Politeknik Bosowa yaitu Andi Azizah Ramadhani, M.Par, Riska Veronika, M.Par, dan Anggun Sari Sasmita, M.Par
12. Nur Qurnia Arifqa selaku *human resource departement* Hotel Aryaduta Makassar yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti.
13. Seluruh karyawan *front office* Hotel Aryaduta Makassar atas bantuannya dalam pengumpulan data kepada penulis
14. Ucapan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada ibu tercinta dan Alm. Bapak serta saudara/i penulis yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan motivasi yang tiada henti.
15. Teman-teman program studi perhotelan yang dengan senang hati memberikan bantuan kepada penulis.

Segala kemampuan telah diupayakan semaksimal mungkin, walaupun dalam pelaksanaannya masih terdapat kekurangan yang nantinya akan menjadi bahan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Akhir kata penulis berharap agar Tugas Akhir ini memberikan manfaat terkhusus bagi penulis dan bagi pembaca bagi umumnya.

Makassar, Agustus 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>8</b>
1.1 Latar Belakang .....	8
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 <i>Roadmap</i> Penelitian .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Kajian Teori.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
3.2 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel .....	28
3.3 Metode Penelitian.....	30
3.4 Teknik pengumpulan data.....	30
3.5 Skala Pengukuran Data.....	31
3.6 Proses pengembangan instrumen .....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33



<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Sejarah Hotel Aryaduta Makassar .....	35
4.2 Fasilitas Hotel Aryaduta Makassar .....	36
4.3 Deskripsi Responden .....	39
4.4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	41
4.5 Uji Hasil Validitas dan Realibilitas .....	52
4.6 Hasil Perhitungan Pearson Correlation .....	54
4.7 Koefisien Determinasi .....	55
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Total tamu di Hotel Aryaduta Makassar.....	28
Tabel 3.2 Nilai Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Jenis kamar di Hotel Aryaduta Makassar.....	36
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	39
Tabel 4.3 Profil perusahaan berdasarkan jumlah kunjungan.....	40
Tabel 4.4 Profil responden berdasarkan tujuan kunjungan.....	41
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator reliabilitas..	42
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator daya tanggap.....	43
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator jaminan.....	44
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator empati.....	45
Tabel 4.9 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator bukti fisik...	45
Tabel 4.10 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator frekuensi kunjungan.....	46
Tabel 4.11 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator waktu.....	47
Tabel 4.12 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator kerjasama	48
Tabel 4.13 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap variabel <i>word of mouth</i> .....	49
Tabel 4.14 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator kepercayaan.....	50
Tabel 4.15 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator komitmen	50
Tabel 4.16 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator <i>switching cost</i> .....	51
Tabel 4.17 r Tabel.....	52
Tabel 4.18 Hasil uji validitas angket.....	53
Tabel 4.19 Rekapitulasi hasil uji realibilitas.....	54
Tabel 4.20 Correlation antara kualitas pelayanan dan loyalitas tamu.....	54
Tabel 4.21 tabel r square.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Roadmap</i> Penelitian .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	20
Gambar 4.1 Diagram Hasil Angket .....	57
Gambar 4.2 Diagram Hasil pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Daftar Riwayat Hidup.....	70
<b>Lampiran 2</b> Angket.....	71
<b>Lampiran 3</b> Hasil rekapitulasi angket.....	72
<b>Lampiran 4</b> Cara mencari correlation menggunakan SPSS 22.....	78
<b>Lampiran 5</b> r hitung dan <i>Reliability Statistics</i> .....	79
<b>Lampiran 6</b> <i>Output Correlation</i> .....	80
<b>Lampiran 7</b> Dokumentasi tamu yang sedang mengisi angket.....	83

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dampak kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di tahun 2015 sebesar Rp 461,36 triliun, 4,23% dari PDB nasional. Penciptaan PDB di sektor pariwisata terjadi melalui pengeluaran wisatawan nusantara, anggaran pariwisata pemerintah, pengeluaran wisatawan nusantara, pengeluaran wisatawan mancanegara, dan investasi pada usaha pariwisata yang meliputi : (1) usaha daya tarik wisata; (2) usaha kawasan pariwisata; (3) jasa transportasi wisata; (4) jasa perjalanan wisata; (5) jasa makanan dan minuman; (6) penyedia akomodasi; (7) penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; (8) penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; (9) jasa informasi pariwisata; (10) jasa konsultan pariwisata; (11) jasa pramuwisata; (12) wisata tirta; dan (13) SPA (LAK Kementerian Pariwisata, 2015).

Sulawesi Selatan adalah salah satu provinsi yang terdapat di Indonesia. Provinsi Sulawesi Selatan memiliki destinasi wisata yang beragam, salah satu sektor yang dapat diandalkan sebagai sumber devisa daerah adalah sektor pariwisata. Untuk mendukung sektor pariwisata di Sulawesi Selatan, maka banyak pelaku bisnis yang mengambil keuntungan atau peluang ini dengan membangun suatu akomodasi yang salah satunya adalah hotel. Menurut data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2014 terdapat 883 hotel dan di tahun 2015 terdapat 957 hotel, hal ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 74%. Sedangkan pada tahun 2016 terjadi penurunan sebesar 3.16% dan hanya terdapat 641 hotel yang tersebar di seluruh kabupaten atau kota di Sulawesi Selatan. Banyaknya pembangunan hotel menjadikan terjadinya persaingan antara hotel yang satu dengan hotel yang lainnya untuk menjual produk yang ditawarkan dan untuk menarik minat beli tamu.

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi penyedia jasa yang dikelola secara komersil. Sebagai bisnis jasa hal utama yang diperhatikan oleh hotel adalah pelayanan. Aspek pelayanan merupakan pemberian kenyamanan kepada setiap tamu yang menikmati jasa hotel. Aspek pelayanan yang maksimal dari suatu hotel akan menimbulkan kepuasan bagi tamu hotel. Munculnya kepuasan dari pelayanan yang diberikan kepada setiap tamu akan berdampak pada loyalitas tamu pada hotel. Hotel-hotel baru yang bermunculan dengan tujuan memberikan suasana yang berbeda kepada wisatawan. Hotel Aryaduta Makassar merupakan salah satu hotel yang telah berdiri selama 33 tahun, dimana harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan dan harus menjadi pilihan saat melakukan perjalanan wisata atau perjalanan bisnis di Kota Makassar.

Hotel Aryaduta Makassar adalah salah satu hotel bintang 5 (lima) yang dibangun pada tahun 1984 dan masih beroperasi hingga sekarang. Hotel Aryaduta Makassar berada di Jalan Somba Opu No. 297 Makassar, dimana berhadapan langsung dengan Pantai Losari. Hotel Aryaduta memiliki beberapa kompetitor yang juga bersaing untuk mendapatkan tamu. Kompetitor Hotel Aryaduta Makassar yang terdapat di sekitar pantai tersebut seperti Swiss-Belhotel Makassar, Losari Beach Hotel, Hotel Pantai Gapura, Makassar Golden Hotel, Ibis Hotel, Fave Hotel dan The Rinra Hotel.

Hotel sebagai suatu sistem memiliki beberapa departemen dimana departemen tersebut saling berkaitan dengan tujuan yang sama. Kualitas pelayanan tidak hanya dimiliki oleh satu departemen tetapi semua departemen yang ada di dalam hotel. Salah satu departemen yang berperan penting serta departemen dengan penghasilan terbesar di hotel yaitu *Front office departement*.

*Front office* atau kantor depan berperan penting dalam menciptakan kesan pertama kepada tamu, hal tersebut juga berlaku di Hotel Aryaduta Makassar. *Front office* adalah departemen yang menciptakan kesan pertama dan terakhir bagi tamu, dimana departemen ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan

loyalitas tamu. Departemen kantor depan mengembang visi yang sangat vital bagi keberhasilan bisnis hotel. Sebab produk yang menjadi pendapatan utama (*main revenue/income*) hotel adalah kamar.

Menurut Ajzen dalam Ulumuddin dkk (2013), loyalitas merupakan kondisi psikologis (*attitudinal* dan *behavioral*) yang berkaitan dengan sikap terhadap produk. Tamu akan membentuk keyakinan menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Kualitas pelayanan apabila dijalankan dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai tambah berupa motivasi 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 (Tjiptono, 2012).

Berdasarkan teori tersebut, loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan. Loyalitas didapatkan dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu, sehingga loyal atau tidaknya tamu bergantung pada kualitas yang diberikan kepada setiap tamu yang datang ke hotel. Sebagai pemberi kesan pertama dan terakhir bagi tamu, *front office* berperan penting dalam menciptakan loyalitas tamu. Loyalitas didapatkan dari kenyamanan tamu selama berada di hotel. Tugas Akhir ini dilatarbelakangi permasalahan mengenai meningkatnya pembangunan hotel di area Pantai Losari yang membuat adanya persaingan antara beberapa hotel dengan produk unggulan yaitu *view* atau pemandangannya yang menghadap ke pantai. Selain itu, perkembangan selera tamu juga semakin beragam sehingga menjadi tugas pihak Hotel Aryaduta Makassar untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menarik minat beli tamu terhadap produk-produk yang di tawarkan oleh hotel. Melalui uraian diatas, maka penelitian ini akan membahas **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front office* terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Aryaduta Makassar”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Di lihat dari latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, penelitian ini bermaksud untuk menjawab dan menjelaskan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front office* terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Aryaduta Makassar yang dirumuskan ke dalam beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan *Front office* untuk mendapatkan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *Front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Front office* dalam mendapatkan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak antara lain:

### **1.4.1 Bagi pihak perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang tepat terkait kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas tamu.

### **1.4.2 Bagi Akademisi**

Sebagai masukan atau referensi bagi mahasiswa maupun pihak-pihak yang memiliki kaitan dalam bidang yang sama sehingga dapat



memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu perhotelan.

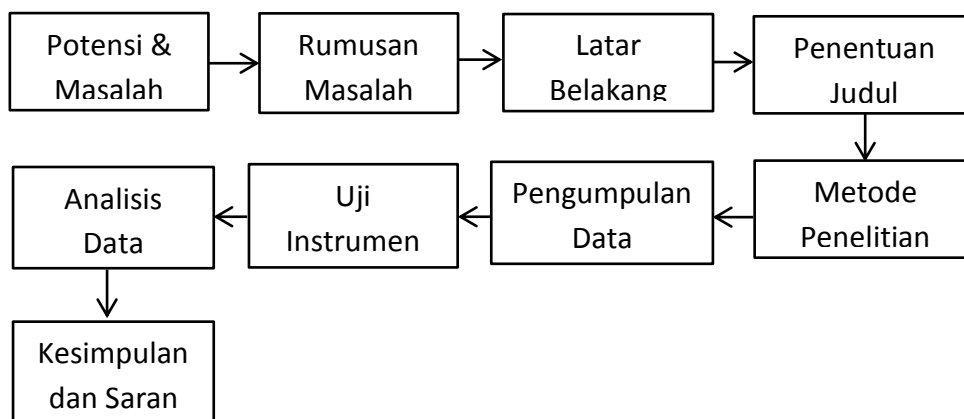
#### 1.4.3 Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan suatu pengetahuan dan pengalaman yang dapat digunakan sebagai perbandingan antara teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan dan penerapannya pada perusahaan secara nyata.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Roadmap Penelitian

*Roadmap* adalah rencana kerja rinci yang menggambarkan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Berikut ini merupakan *roadmap* penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar:



Gambar 2.1 *Roadmap* Penelitian  
Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

#### 2.1.1 Potensi dan Masalah

Penentuan judul tugas akhir didasarkan pada masalah yang didapatkan oleh penulis di tempat penulis meneliti. Dalam penelitian ini penulis meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Alasan yang mendasari penulis dalam melakukan penelitian ini dikarenakan adanya persaingan di daerah yang menjadi *landmark* kota Makassar dimana Hotel Aryaduta berdiri serta perkembangan selera tamu yang semakin meningkat. Hotel Aryaduta Makassar tidak hanya berdiri sendiri di daerah tersebut, tetapi terdapat beberapa kompetitor dengan tujuan yang sama yaitu memperoleh laba sebesar-besarnya serta mendapatkan loyalitas

tamu. Untuk mendapatkan loyalitas tersebut, maka Hotel Aryaduta Makassar harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu dan tidak hanya mengandalkan status bintang lima yang dimiliki serta *view* atau pemandangan sebagai daya tarik hotel tersebut. *Front office* dipilih sebagai departemen penelitian dikarenakan departemen tersebut adalah departemen dengan penghasilan terbesar di Hotel Aryaduta Makassar, serta *front office* adalah departemen yang memberikan kesan pertama dan terakhir kepada tamu sehingga akan berdampak pada loyalitas tamu pada hotel.

#### **2.1.2 Rumusan Masalah**

Penulisan rumusan masalah pada penelitian ini, penulis lakukan berdasarkan potensi dan masalah yang didapatkan di Hotel Aryaduta Makassar yang telah dipaparkann sebelumnya. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan *front office* untuk mendapatkan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

#### **2.1.3 Latar Belakang**

Penulisan latar belakang pada penelitian ini, penulis melakukan studi literatur yang kemudian mengumpulkan data untuk menguatkan latar belakang yang disusun. Data yang dimaksud seperti data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian serta dari sumber lainnya.

#### **2.1.4 Penentuan Judul**

Dalam penelitian ini, penulis mengangkat judul “kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar”. Penulis mengangkat judul tersebut karena berdasarkan masalah yang telah diuraikan penulis pada latar belakang tugas Akhir ini.

### **2.1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis disesuaikan dengan rumusan masalah serta kemampuan dan waktu pembuatan tugas akhir. Penulis menggunakan penelitian kuantitatif.

### **2.1.6 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan oleh penulis dengan tujuan mendapatkan apa yang ingin dijawab pada rumusan masalah dari penulisan tugas akhir ini. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan angket, observasi dan studi literatur yang disesuaikan dengan judul penelitian yaitu pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu.

### **2.1.7 Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam menguji valid dan reliabelnya angket yang akan di bagikan oleh peneliti, maka penulis menggunakan aplikasi SPSS 22.0 sebagai alat bantu penulis dalam menguji angket. Berikut penulis uraikan apa yang dimaksud dengan uji validitas dan uji realibilitas:

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas suatu data, tercapai apabila pernyataan tersebut mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya. Uji validitas digunakan oleh penulis untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut (angket) mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian secara tepat.

#### **2. Uji Realibilitas**

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016:168). Pengukuran

yang memiliki reliabilitas yang tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya atau reliabel.

#### **2.1.8 Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan oleh penulis yaitu analisis deskriptif. Analisis data dilakukan berdasarkan hasil dari koefisien detriminasi dan korelasi produk moment. Teknik analisis data deskriptif merupakan suatu analisis yang menguraikan data hasil penelitian tanpa melakukan pengujian. Dengan teknik analisis data deskriptif ini, diharapkan dapat menjelaskan secara jelas tentang arti dan maksud dari data yang telah diperoleh.

#### **2.1.9 Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulan merujuk pada jawaban atas tujuan yang telah dikemukakan dalam penelitian. sedangkan saran berisi tentang apa yang didasarkan oleh penulis tentang metode pelaksanaan tugas akhir dan penelitian selanjutnya.

### **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Beberapa penelitian terlebih dahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar yaitu sebagai berikut :

- 1. Aberian Partomo Azri dan Ruzikna (2015)** meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru”. Jurnal ini dilatarbelakangi permasalahan mengenai perkembangan selera tamu, dengan adanya harapan-harapan tamu yang semakin berkembang seiring dengan bertambahnya wawasan dan semakin banyaknya informasi yang diterima tamu serta semakin bertambahnya pengalaman tamu. Dalam jurnal ini, metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara dan angket. Serta data yang diperoleh kemudian

dianalisis secara deskriptif-kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek kualitas pelayanan yang meliputi dimensi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*), maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kualitas pelayanan dirasakan sudah efektif oleh pelanggan. Namun demikian masih ada pelanggan yang merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan terutama pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) dan jaminan (*assurance*).

Selain itu, dari aspek loyalitas pelanggan pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru, maka dapat disimpulkan bahwasanya secara keseluruhan pelanggan Hotel Sabrina Budgets Traveler Pekanbaru menyatakan masih ragu-ragu untuk menjadi loyal dengan Hotel Sabrina Budgets Traveler Pekanbaru. Ini disebabkan masih adanya pelanggan yang merasa kurang setuju dan tidak setuju terutama pada dimensi *reject another* dan *repeat purchasing*.

Hasil selanjutnya yang dilihat dari variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi 5 komponen baik itu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian, masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Sabina Budgets Traveler Pekanbaru.

- 2. Ellys Cornelia S, dkk (2014)** meneliti tentang “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5asec Surabaya”. Jurnal ini dilatarbelakangi permasalahan mengenai semakin menjamurnya laundry di kalangan masyarakat, mulai dari laundry besar seperti 5Asec, hingga laundry-laundry kecil. Jenis penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kuantitatif kausal digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat atau pengaruh dari variabel- variabel penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif karena pengumpulan data, penafsiran data, dan penarikan kesimpulan dari penelitian ini berupa

angka. Dalam penelitian ini penulis melakukan perhitungan mean dan distribusi frekuensi untuk memberikan gambaran dari data yang akan diperoleh. Sampel dalam penelitian pelanggan yang pernah berkunjung dan menggunakan jasa laundry 5Asec, sebanyak minimal 2 kali, selama 6 bulan terakhir di Kota Surabaya. Teknik analisis data dalam penelitian ini, teknik analisa data yang digunakan adalah Analisa Regresi Berganda, Koefisien Korelasi Berganda (R), Uji F, dan Uji t.

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier Berganda dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa secara simultan (serentak) *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Laundry 5asec di Surabaya. Dimana *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan 5asec Surabaya sebesar 65.6%, sedangkan sisanya sebesar 34.4% merupakan kontribusi dari faktor lainnya misalnya *price*, *promotion* dan *product*. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel *reliability* merupakan variabel yang berpengaruh paling signifikan terhadap loyalitas pelanggan 5asec Surabaya, dimana pengaruh yang dihasilkan adalah positif. Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible* 5asec Surabaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel *reliability* merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan laundry 5Asec di Surabaya.

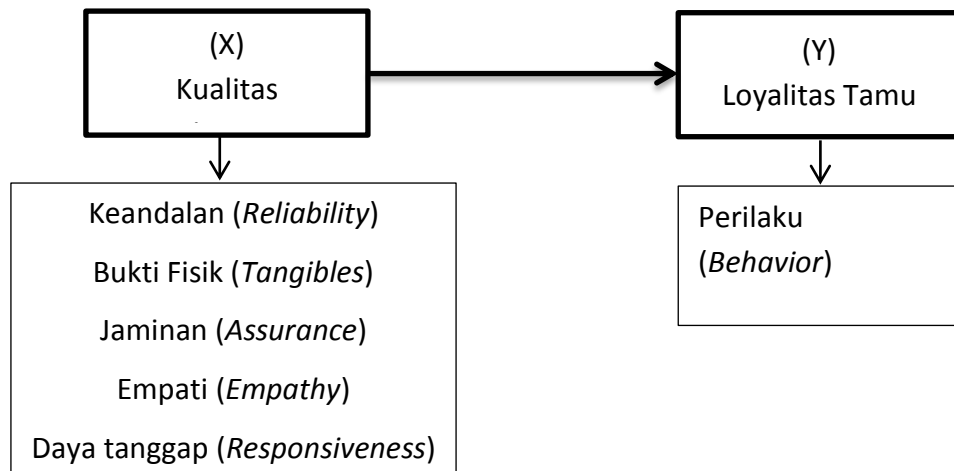
- 3. Kadek Ngurah Astana dkk (2014)**, meneliti tentang “Pengaruh kualitas pelayanan hotel dan kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu pada hotel legong keraton di kabupaten Bandung tahun 2013”. Jurnal ini dilatarbelakangi permasalahan mengenai penurunan pendapatan yang didapat setiap tahunnya di Hotel Legong Keraton dan salah satu yang menjadi mendasari penurunan pendapatan tersebut adalah kepuasan tamu hotel

yang kurang bagus dan ketidakpuasan pengunjung dengan pelayanan yang diberikan karyawan Hotel Legong Keraton. Jenis penelitian dalam jurnal ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) yang menggunakan bantuan program *SPSS for windows 16.0*. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas tamu di Hotel Legong Keraton Kabupaten Badung, total pengaruh kualitas pelayanan hotel terhadap loyalitas tamu di Hotel Legong Keraton melalui kepuasan tamu sebesar 18,3%.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas, pada penelitian pertama yang dilakukan oleh Aberian Partomo Azri dan Ruzikna mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi lima indikator seperti bukti fisik, jaminan, empati, keandalan dan daya tanggap saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadek Ngurah Astana dkk serta penelitian yang dilakukan oleh Ellys Cornelia S bahwa adanya pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu.



Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, maka berikut adalah kerangka pikir penulis :



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir  
Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan kerangka pikir yang dibuat oleh penulis, kualitas pelayanan memiliki lima indikator yang mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Parazuraman dkk dalam Tjiptono (2012:174) yang akan dijadikan sebagai pengukur kualitas pelayanan seperti reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*). Sedangkan loyalitas memiliki dua indikator yaitu sikap (*attitudinal*) dan perilaku (*behavior*).

### 2.3 Kajian Teori

Teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena (Sugiyono, 2016:83). Kajian teori dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui batasan masalah yang akan diteliti dan juga sebagai alat yang digunakan dalam penelitian.

### 2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Meningkatkan persaingan antar hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada tamunya. Menurut Parasuraman dkk dalam Tjiptono (2012:174) meneliti sejumlah industri jasa (seperti perbankan, jasa kartu kredit, reparasi dan pemeliharaan, serta jasa telepon interloka) dan berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas layanan : reliabilitas, responsivitas atau daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan (*courtesy*), komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik (*tangibles*).

Dalam riset selanjutnya di tahun 1988, mereka menemukan adanya *overlapping* di antara beberapa dimensi di atas. Oleh sebab itu mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Pelayanan yang diberikan harus cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

Berdasarkan teori tersebut, bahwa kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan reabilitas dimana dari kelima indikator tersebut memiliki karakteristik dan keterkaitan satu sama lain. Dan berdasarkan teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan ditetapkan sebagai variabel independen.

### **2.3.2 Pengertian Loyalitas**

Loyalitas dapat dilihat dari dua indikator yaitu perilaku (*behavioral*) dan sikap (*attitudinal*). Perilaku adalah aktivitas ketika seseorang mendapatkan, mengkonsumsi barang atau jasa pada saat proses pembelian. Sedangkan sikap adalah tanggapan perasaan tamu yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu. Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mengukur tingkat perilaku menurut Baloglu dalam Yuliantina dan Gitasiswhara (2013) :

1. Frekuensi kunjungan, berkaitan dengan tingkat kunjungan atau kedatangan tamu di tempat yang sama secara berkala.
2. Waktu yang dihabiskan dalam satu kali kunjungan
3. Kerjasama yaitu keinginan pelanggan dalam melakukan kerjasama dengan perusahaan demi tercapainya tujuan bersama (memberikan

saran atau menawarkan ide-ide kepada perusahaan demi membuat perusahaan menjadi lebih baik)

4. *Word-of-mouth* yaitu memberikan rekomendasi (*word-of mouth*) termasuk mempromosikan perusahaan, membuat komentar-komentar positif dan rujukan bisnis.

Berikut adalah faktor yang dapat mengukur tingkat sikap ;

1. *Trust* atau kepercayaan merupakan elemen-elemen yang terdiri dari kejujuran (memenuhi janji), kemampuan, kebaikan, keandalan dan customer orientation.
2. *Emotional attachment/commitment* (Ikatan emosi atau komitmen). Komitmen dapat berarti adanya rasa memiliki terhadap perusahaan sehingga pelanggan mau dan menikmati proses kerjasama yang dilakukan.
3. *Switching cost* (Biaya peralihan) Waktu, usaha, dan biaya yang harus dikeluarkan pelanggan jika ingin beralih menggunakan produk atau jasa pesaing.

Dapat disimpulkan berdasarkan indikator tersebut pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi tentunya harus memiliki sikap dan perilaku yang tinggi terhadap produk, merek atau perusahaan.

### **2.3.3 Kantor Depan (*Front office*)**

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan layanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua fasilitas diperuntukkan untuk masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel tersebut (Modul Perhotelan Politeknik Bosowa, 2014:4).

*Front office* adalah salah satu departemen di sebuah hotel yang berada di bagian depan, *front office* merupakan pintu gerbang hotel itu sendiri sehingga

mudah diketahui dan dihubungi tamu yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu (Modul perhotelan Politeknik Bosowa, 2014:8).

*Front office* berasal dari bahasa Inggris “*front*” yang artinya depan, dan “*office*” berarti kantor. Jadi *front office* adalah kantor depan. Dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau *lobby* (Bagyono, 2012).

Departemen kantor depan mengembang visi yang sangat vital bagi keberhasilan bisnis hotel. Sebab produk yang menjadi pendapatan utama (*main revenue/income*) hotel adalah kamar. Sedangkan pendapatan terbesar kedua adalah dari makanan dan minuman (*food & beverage*).

*Front office* departemen terbagi dalam beberapa bagian yaitu : bagian reservasi, bertugas untuk mencatat pemesanan kamar tamu ketika akan menginap di hotel, bagian operator, bertugas untuk menyambungkan telepon dalam dan luar hotel, bagian *Guest Relation Agent* atau biasa disebut *receptionist*, bertugas untuk mengkonfirmasi pemesanan kamar tamu ketika tiba di hotel (*check in*) serta *Guest Relation Officer* yang bertugas dalam hal penanganan tamu VIP di hotel serta bagian *Concierge* yang bertugas dalam penanganan barang bawaan tamu.

*Front office* berperan sangat penting bagi sebuah hotel, berikut adalah beberapa peran *front office* di hotel :

1. Merupakan pusat kegiatan hotel
2. Para tamu mendapatkan pelayanan sebelum tamu tiba, pada saat tamu tiba di hotel, pada saat tiba di hotel, pada saat berada di hotel, dan pada waktu akan meninggalkan hotel
3. Sekitar 65% pendapatan hotel didapatkan dari hasil penyewaan kamar
4. Kesan pertama dan kesan terakhir bagi tamu ditentukan oleh *front office*.

Selain peran *front office* yang telah disebutkan di atas, *front office* juga berperan penting dalam hal pelayanan dan pencapaian tujuan hotel yakni

memberikan pelayanan yang diharapkan oleh tamu, membantu citra hotel dan pendapatan yang maksimal. Peran itu antara lain:

1. Pemberi informasi

Petugas kantor depan diharapkan mampu memberikan informasi yang jelas, benar dan cepat tentang produk, fasilitas, aktivitas, pelayanan yang ada di hotel maupun di luar hotel, informasi yang diberikan tidak hanya terbatas untuk tamu tetapi informasi yang dibutuhkan oleh kolega atau teman sejawat lainnya.

2. Penjual (*sales person*)

Petugas kantor depan diharuskan mempunyai jiwa menjual, selain dikarenakan fungsi utama menjual produk hotel, bagian ini adalah bagian yang sering berhubungan langsung dengan tamu hotel.

3. Wakil manajemen

Petugas kantor depan dalam waktu tertentu dapat berperan sebagai wakil manajemen untuk mengatasi atau menyelesaikan masalah yang timbul di luar jam kerja manajemen.

4. Penyimpan data

Sumber data kegiatan hotel banyak berasal dari laporan yang dibuat oleh petugas kantor depan dan penyimpanan data tersebut juga di bagian kantor depan, oleh sebab itu data yang dibuat dan kebijakan yang tepat untuk masa yang akan datang.

5. Diplomatis

Petugas kantor depan diharapkan dapat memecahkan masalah yang dialami oleh tamu, tak terkecuali masalah yang berasal dari bagian lain.

6. Pemecah masalah

Petugas kantor dapan berperan diharapkan dapat memecahkan masalah yang dialami oleh tamu, tak terkecuali masalah yang berasal dari bagian lain.

## 7. Humas

Petugas kantor depan berperan secara baik, aktif dalam berhubungan dengan tamu dan masyarakat sekitar agar terjadi hubungan yang harmonis dan berdampak pada pembentukan citra hotel yang baik.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Hotel Aryaduta Makassar yang terletak di jalan Somba Opu No. 297 Makassar. Hotel Aryaduta Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian karena lokasi ini banyak dipilih oleh pelaku bisnis karena memiliki nilai jual tersendiri yaitu pemandangan yang menghadap ke laut, pusat kuliner, pusat oleh-oleh dan akses menuju tol sangat dekat. Hal inilah yang menjadi nilai lebih Hotel Aryaduta, tetapi di samping itu, dengan ketatnya persaingan di area tersebut serta perkembangan selera tamu akan produk yang ditawarkan oleh hotel, maka Hotel Aryaduta bukan hanya mengandalkan produknya yang menghadap ke laut saja, tetapi juga harus meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga bisa berkembang lebih baik dan bisa mendapatkan tamu yang loyal di hotel tersebut. Proses pengumpulan data dilakukan pada pertengahan bulan Mei – Agustus 2017 baik melalui studi literatur maupun observasi langsung di Hotel Aryaduta Makassar.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data interval. Menurut Sugiyono (2016:8) jenis data interval adalah data kuantitatif kontinum dengan jarak yang sama, tetapi tidak memiliki nilai nol absolut. Jenis data interval dapat diukur melalui *skala likert*.

Menurut sumbernya, data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

##### **3.2.1 Data primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2016:187). Hasil dari data primer didapatkan melalui angket yang diisi oleh tamu yang berkunjung dan menginap di Hotel Aryaduta Makassar, data primer juga didapatkan dari



hasil observasi yang dilakukan langsung oleh peneliti di Hotel Aryaduta Makassar.

### 3.2.2 Data sekunder

Menurut Sugiyono (2016:187) sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder yang dimaksud berupa data yang didapatkan melalui orang lain atau melalui dokumen, data sekunder berupa sejarah hotel yang di dapatkan dari *Human Resorce Departement*, tingkat hunian kamar, *arrival list* yang di dapat dari *front office* departemen.

## 3.3 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang berupa :

### 3.3.1 Populasi

Menurut Tuckman dalam Yusuf (2014:148) mengemukakan bahwa populasi atau target populasi adalah kelompok darimana peneliti mengumpulkan informasi dan kepada siapa kesimpulan akan digambarkan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi penelitian ini adalah seluruh tamu dalam tiga bulan terakhir (maret-mei 2017 sebanyak 13.394 tamu) di Hotel Aryaduta Makassar.

Tabel 3.1 Total tamu di Hotel Aryaduta Makassar

<b>Bulan</b>	<b>Total Tamu</b>
Maret	4.734
April	3.985
Mei	4.675
<b>Total</b>	<b>13.394</b>

Sumber : *Front Office Manager* Hotel Aryaduta Makassar, 2017

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut (Yusuf, 2014:150). Teknik sampel yang digunakan adalah *Non probability sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:125). Berdasarkan jenis sampelnya penulis menggunakan *teknik insidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan/insidental, dengan pertimbangan waktu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang terbatas. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Slovin. Metode slovin digunakan karena besarnya populasi pada penelitian ini.

Berikut adalah rumus menentukan sampel menggunakan rumus slovin :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{13.394}{1 + 13.394 \times 0,1^2} \\n &= \frac{13.394}{1 + 13.394 \times 0,01} \\n &= \frac{13.394}{1 + 133.94} \\n &= \frac{13.394}{134.94} \\n &= 99 \text{ responden}\end{aligned}$$

Dimana :

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$e$  : Batas toleransi kesalahan (*error tollerance*)

Berdasarkan dari hasil rumus slovin diatas, maka didapatkan total responden sebanyak 99 tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

### **3.4 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dipilih karena data yang diperoleh adalah data yang berupa angka dimana data tersebut merupakan data dari hasil angket yang dibagikan kepada responden. Setelah memperoleh data dari hasil angket tersebut, selanjutnya penulis menyusun data dari yang terkecil sampai data terbesar kemudian akan dibagi kedalam beberapa kelas (Distribusi Frekuensi). Hal ini bertujuan agar data yang didapat, tersusun dengan rapih dan terstruktur. Dari data yang telah di kelompokkan tersebut maka akan dilakukan analisis deskriptif, dengan tujuan memberikan gambaran mengenai data yang diolah tanpa membuat suatu kesimpulan baru.

### **3.5 Teknik pengumpulan data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui angket, observasi, dan studi pustaka.

#### **1. Angket**

Teknik pengumpulan data dengan teknik angket yaitu suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu yang diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data (Yusuf, 2015:199). Tujuan dari pengumpulan data melalui teknik angket ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

#### **2. Observasi**

Observasi yang dimaksud oleh penulis yaitu pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek penelitian. Tujuan dari observasi ini adalah untuk mempertajam masalah yang akan diteliti dan meninjau langsung jumlah tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Hal yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan ikut berpartisipasi langsung dalam mengumpulkan data.

### 3. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca buku, artikel, serta situs internet yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu sebagai bahan referensi serta mengumpulkan data yang di dapat dari perpustakaan dan sumber lainnya.

#### 3.6 Skala Pengukuran Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti yaitu melakukan penghitungan dari hasil angket yang telah diisi oleh responden yang telah dipilih. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala *likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sebelumnya, peneliti telah menetapkan variable penelitian yang kemudian akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Setelah itu, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2016:136). *Skala likert* digunakan oleh peneliti dalam mengukur kualitas pelayanan *Front office* di Hotel Aryaduta Makassar.

Berikut adalah tingkat nilai dalam penelitian dengan menggunakan skala likert:

Tabel 3.2 Nilai Skala Likert

Skala	Nilai	Kode
Sangat setuju	5	SS
Setuju	4	ST
Ragu-ragu	3	RG
Tidak setuju	2	TS
Sangat tidak setuju	1	STS

Sumber : Sugiyono 2015

### 3.7 Proses Pengembangan Instrumen

Peneliti melakukan pengujian instrumen melalui pengujian validitas dan realibilitas. Instrumen yang valid akan digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur dan instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Alat yang digunakan dalam penelitian berupa daftar pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment. Uji validitas dilakukan kepada setiap butir pernyataan, hasil dari  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df = n-2$  (*degree of freedom*) dengan taraf signifikan 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka pernyataan dikatakan valid.

Uji validitas dilakukan pada setiap pernyataan. Hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 99 orang. Kemudian, dimasukkan ke dalam rumus  $df = n-2$  ( $n$ =jumlah responden/sampel). Jadi  $df = 99-2 = 97$  dengan angka signifikan 5% sebesar 0,198. Nilai  $r$  hasil/output SPSS dapat dilihat pada kolom "*Corrected item – total correction*". Jika hasil  $r$  hitung lebih besar dari 0,198, maka pernyataan tersebut valid.

#### 3.7.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Alpha  $>$  0,60 (Nilai kritis atau *rule of thumb*) maka pernyataan dikatakan reliabel. Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas. Angket yang dikatakan reliabel yaitu jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket konsisten atau stabil. Menurut Sugiyono dalam Yanti (2013:26) uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan, jika nilai Alpha  $>$  0,60 maka reliabel.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dan koefisien determinasi. Berikut adalah penjelasan mengenai korelasi *Product Moment* dan koefisien determinasi yang penulis gunakan dalam penelitian.

#### 3.8.1 Korelasi *Product Moment*

Menurut Arifin dalam Wibowo (2013:29), analisis korelasi adalah analisis yang mengukur dua variabel atau lebih, yakni hubungan variasi dalam satu variabel dengan variasi dalam variabel lain. Dalam hal ini akan melihat kualitas pelayanan *Front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

Mencari koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product Moment* atau *korelasi pearson*. Korelasi *product moment* merupakan salah satu bentuk statistik parametris karena menguji data pada skala interval atau rasio. Kuat lemah atau tinggi rendahnya korelasi antar dua variabel yang sedang kita teliti, dapat diketahui dengan melihat besar kecilnya angka index korelasi, yang pada teknik korelasi *product moment* ini diberi lambang "r" (sering disebut "*r*" *product moment*).

Nilai korelasi populasi ( $\rho$ ) berkisar pada interval  $-1 \leq \rho \leq 1$ . Jika korelasi bernilai positif, maka hubungan antar dua variable bersifat searah, sebaliknya jika korelasi bernilai negatif maka hubungan antara dua variabel bersifat berlawanan arah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22.0 dalam mengolah data yang telah didapat.

Mengidentifikasi tinggi rendahnya korelasi digunakan kriteria penafsiran pada tabel dibawah ini (Kushedyana dalam Asmar; 2016) :

$r < 0.2$  = hubungan sangat lemah

$0.2 < 0.4$  = hubungan lemah

$0.4 < 0.7$  = hubungan kuat

$0.9 \leq 1.0$  = hubungan sangat kuat

### 3.8.2 Koefisien Determinasi

Setelah mendapatkan hasil dari korelasi *product moment*, maka selanjutnya penulis melakukan uji Koefisien Determinasi (KD). Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yaitu  $r^2$ . Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai X dapat menjelaskan nilai Y dalam bentuk persen. Rumus yang digunakan adalah  $KD = r^2 \times 100\%$ .

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Sejarah Hotel Aryaduta Makassar**

Hotel Aryaduta Makassar bertempat di Jalan Somba Opu No. 297 Makassar, dimana berhadapan langsung dengan Pantai Losari yang dikenal sebagai ciri khas Kota Makassar. Dengan perpaduan arsitektur tradisional Bugis-Makassar dan modern, Hotel Aryaduta Makassar hingga kini masih mempertahankan kearifan lokal dimana di salah satu sudut hotel terdapat alat musik tradisional seperti kecapi, suling bambu dan gendang yang dimainkan setiap siang hari. Hotel Aryaduta Makassar awal mulanya bernama Hotel Sedona. Nama Sedona tersebut diambil dari nama bunga *Dendrobium Sedona*.

Hotel Sedona Makassar adalah salah satu hotel berbintang lima yang ada di Sulawesi Selatan yang didirikan pada tahun 1984 dan diresmikan pada tanggal 18 Januari 1997. Hotel Aryaduta Makassar adalah salah satu hotel yang telah banyak berganti *general manager* dengan berbagai kebangsaan yang berbeda seperti Belanda, Prancis, Jerman, dan Swiss. Pada tanggal 25 Juni 2008 kepemilikan Hotel Imperial Aryaduta diambil alih oleh Bosowa Corporation. Hotel Imperial Aryaduta resmi bergabung dengan Bosowa Corporation pada tanggal 01 Juli 2008 dengan nama PT.MHN (Makassar Hotel Network), sehingga pada tanggal 15 Januari 2010 Hotel Imperial Aryaduta Makassar resmi berganti nama menjadi Hotel Aryaduta Makassar, yang saat ini di pimpin oleh Ardyanto Trisetiawan.

Hotel Aryaduta Makassar memiliki 224 kamar tamu, antara lain Superior, Deluxe, Club Room, Club Suite, Terrace Room, Mezanine dan Grand Imperial Suite. Prioritas yang diutamakan adalah pelayanan tamu, pelayanan tamu bukan hanya bagaimana karyawan melaksanakan tugas dengan baik akan tetapi bagaimana karyawan dapat melayani tamu secara maksimal sehingga hal



tersebut selalu berkesan bagi tamu. Memberikan pelayanan lebih dari apa yang diharapkan oleh tamu, sehingga tamu selalu merasa menjadi tamu yang spesial.

#### 4.2 Fasilitas Hotel Aryaduta Makassar

Hotel Aryaduta Makassar memiliki 10 lantai dengan Jumlah 224 kamar dan terdiri dari dua Jenis kamar yaitu *smooking room* dan *non smooking room*, Lantai 2, 5, 7, dan 9 adalah Jenis kamar *smooking rooms*, sedangkan lantai 3, 6, 8, 10 adaiah Jenis kamar *non smooking rooms*, di lantai 2 terdapat *cafe The Rotunda*, merupakan *cafe* dengan pemandangan ke Pantai Losari. The Rotunda menyediakan berbagai Jenis makanan seperti *fried banana with cheese*, *fried tofu with beef*, dendeng bun dan berbagai macam pilihan makanan lainnya serta ditemani minuman seperti *hot cappucino*, *milkshacke chocolate/ vanilla/ mocca*, dan berbagai macam Jenis teh , Lantai 10 terdapat *lounge* yang diberi nama VIO, yang dikhususkan untuk tamu *exclusive* di Hotel Aryaduta Makassar.

##### 4.2.1 Kamar

Berikut Jenis kamar yang tersedla di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.1 Jenis kamar di Hotel Aryaduta Makassar

Jenis Kamar	Jumlah Kamar
Superior	95 kamar
Deluxe	78 kamar
Terrace room	6 kamar
Club room	32 kamar
Club suite	11 kamar
Grand Aryaduta Suite	1 kamar
Mezanine	4 kamar

Sumber : Front Office Manager Hotel Aryaduta Makassar, 2017

#### 4.2.2 *Food and Beverage Product*

Hotel Aryaduta Makassar memiliki beberapa *Food and Beverage Outlet*, yang menyediakan berbagai jenis sajian tradisional dan internasional. Adapun *Food and Beverage Outlet* Hotel Aryaduta Makassar antara lain :

1. *Bellini Restaurant*

Restoran Bellini buka 24 jam dengan berbagai pilihan makanan nusantara hingga *internasional food*, di hidangkan dengan *buffet* agar memudahkan tamu untuk memilih makanan yang akan di santap.

2. *Room service*

*Room Service* beroperasi selama 24 jam untuk memenuhi kebutuhan tamu menyangkut makan dan minum. Selain melayani pemesanan makanan yang akan diantarkan ke kamar tamu, *room service* juga bertugas untuk mempersiapkan peralatan yang diperlukan untuk *Cocktail Hours* di *Lounge* atau *VIO*, serta membereskan perlengkapan yang telah disiapkan sebelumnya setelah jam *Cocktail Hours* berakhir

3. *Le Bar Atelier*

*Le Bar Atelier* buka mulai dari pukul 08.00 sampai 24.00 WITA. Merupakan tempat terbaik untuk bertemu dengan teman, keluarga untuk *Afternoon Tea*, *Evening Cocktails* dan *Fine Wines*. Di hiburan oleh seorang penyanyi dengan diiringi permainan piano di malam hari.

4. *The Rotunda- Sunset Bar*

*The Rotunda* buka mulai dari pukul 17.00 sampai 22.00 WITA, merupakan tempat terbaik untuk menikmati matahari terbenam (*sunset*) di Hotel Aryaduta Makassar sambil menikmati secangkir kopi, teh ataupun *wine*.

5. *Aryaduta Club Lounge-V IO*

*Aryaduta Club Lounge* buka mulai dari pukul 06.00 sampai 23.00 WITA. Berada di tengah-tengah lantai 10 yang menyajikan pemandangan yang tak kalah dengan hamparan laut dengan hiasan

pulau-pulau kecil. *Lounge* ini digunakan untuk *Breakfast, Afternoon Tea* dan *Cocktail Hours* untuk tamu-tamu Exclusive yang menginap di Hotel Aryaduta Makassar.

6. *Salsa rebound cafe*

*Salsa Rebound Cafe* buka mulai pukul 21.00 sampai 02.00 WITA yang menyediakan cocktail dan mocktail serta di hiburan dengan *Live Music* setiap malamnya.

7. *Cake and pastry corner*

*Cake and Pastry Corner* atau *Show Case* buka mulai pukul 09.00 sampai 23.00 WITA, terdapat berbagai jenis pilihan kue. *Cake and pastry corner* ini berada di depan *Le Bar Atelier* dengan hiasan roti di belakangnya.

8. *Kitchen outlet*

Hotel Aryaduta memiliki beberapa kitchen seperti *Main Kitchen, Cool Kitchen, Show Kitchen, Pastry, dan Butcher.*

#### 4.2.3 Fasilitas Lain

Berikut adalah fasilitas yang di siapkan oleh Hotel Aryaduta Makassar untuk memenuhi kebutuhan setiap tamu yang menginap :

1. *Business center*
2. *Fitness center*
3. Sauna
4. Kolam renang
5. *Massage & reflexology*
6. *Laundry and dry cleaning*
7. Akses internet
8. 24 jam *manager on duty*
9. 24 jam pengamanan *security*
10. 24 jam *bell desk*
11. 24 jam *doctor on call*

12. Mushola
13. *Valet parking*
14. Gratis parking

### 4.3 Deskripsi Responden

Berikut ini dipaparkan tentang karakteristik responden yang memberikan tanggapan terhadap seluruh pernyataan dalam angket. Berdasarkan angket yang disebarakan kepada responden, terdapat data-data seperti jenis kelamin, jumlah kunjungan, dan tujuan kunjungan. Berikut adalah deskripsi responden :

#### 4.3.1 Jenis kelamin

Pada tabel 4.2 merupakan hasil penelitian melalui penyebaran angket berdasarkan jenis kelamin responden. Tujuan peneliti memberikan pilihan jenis kelamin kepada responden untuk mengetahui seberapa banyak jumlah tamu laki-laki dan perempuan yang datang ke Hotel Aryaduta Makassar.

Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah reponden	Persentase
1	Laki-laki	49	49%
2	Perempuan	50	51%
<b>Total</b>		<b>99</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar yang telah mengisi angket, terdapat 49 responden dengan jenis kelamin laki-laki dan 50 responden dengan jenis kelamin perempuan dengan total keseluruhan responden yaitu 99 tamu.

#### 4.3.2 Jumlah kunjungan

Pada tabel 4.3 merupakan jumlah kunjungan yang dilakukan oleh tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Jumlah kunjungan perlu ditanyakan oleh peneliti kepada responden untuk mengetahui loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

Tabel 4.3 Profil perusahaan berdasarkan jumlah kunjungan

No	Jumlah Kunjungan	Jumlah reponden	Persentase
1	1	59	59%
2	2	29	29%
3	>2	11	12%
<b>Total</b>		<b>99</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, jumlah kunjungan tamu di dominasi oleh tamu yang pertama kali datang ke Hotel Aryaduta Makassar sebanyak 59 tamu, dan 29 tamu sudah merasakan pelayanan di Hotel Aryaduta Makassar tekhusus di *front office* departemen serta sisanya sebanyak 11 tamu sudah merasakan lebih dari 2 kali pelayanan yang diberikan oleh *front office* departemen di Hotel Aryaduta Makassar.

#### 4.3.3 Tujuan kunjungan

Pada tabel 4.4 dijelaskan hasil penelitian melalui penyebaran angket berdasarkan tujuan kunjungan responden di Hotel Aryaduta Makassar. Tujuan kunjungan ditanyakan kepada responden sebagaimana yang diketahui Hotel Aryaduta Makassar adalah Hotel dengan konsep kekeluargaan maupun hotel bisnis dengan disediakannya *meeting room*.

Tabel 4.4 Profil responden berdasarkan tujuan kunjungan

No	Tujuan Kunjungan	Jumlah reponden	Persentase
1	Bisnis	45	45%
2	Liburan	54	55%
<b>Total</b>		<b>99</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar dengan menyebarkan angket, terdapat 45 responden atau 45% memilih hotel Aryaduta Makassar sebagai tempat menginap dengan tujuan kunjungan untuk berbisnis dan sebesar 54 responden memilih Hotel Aryaduta Makassar dengan tujuan liburan.

#### **4.4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Deskriptif variabel penelitian berguna untuk mendukung hasil analisis data. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis di Hotel Aryaduta Makassar, penulis meneliti dua variabel yaitu variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel loyalitas tamu (Y) di Hotel Aryaduta Makassar. Adapun hasil distribusi responden atas jawaban dari masing-masing indikator penelitian (angket) adalah sebagai berikut :

##### **4.4.1 Kualitas Pelayanan (X)**

Kualitas pelayanan di Hotel Aryaduta Makassar diukur dengan beberapa indikator dimana setiap indikator terdiri dari satu pernyataan yang ditulis dalam angket dan dijabarkan dalam tabel di bawah ini :

## 1. Reliabilitas

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator reliabilitas yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.5 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator reliabilitas

Pernyataan Valid	Karyawan <i>front office</i> memberikan layanan dengan tepat waktu					
Item X1.1	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		(%)	48,0	37,0	3,0	3,0
		48	45	3	3	0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator reliabilitas dengan pernyataan “Karyawan *front office* memberikan layanan dengan tepat waktu” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 48 responden atau 48,0% menyatakan sangat setuju, 45 responden atau 45,0% menyatakan setuju, 3 responden atau 3,0% menyatakan ragu-ragu, 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju untuk pernyataan karyawan *front office* memberikan layanan dengan tepat waktu. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan oleh karyawan *front office* terhadap setiap tamu yang berkunjung ke Hotel Aryaduta Makassar harus di pertahankan agar tamu merasa dihargai dan tidak menunggu lama untuk diselesaikan masalahnya.

## 2. Daya Tanggap

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator daya tanggap yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.6 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator daya tanggap

Pernyataan Valid	Karyawan <i>front office</i> memberikan pelayanan dengan tepat					
Item X1.2	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
	(%)	53	41	3	2	0
		53,0	41,0	3,0	2,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator daya tanggap dengan pernyataan “Karyawan *front office* memberikan pelayanan dengan tepat” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 53 responden atau 53,0% menyatakan sangat setuju, 41 responden atau 41,0% menyatakan setuju, 3 responden atau 3,0% menyatakan ragu-ragu, dan 2 responden atau 2,0% menyatakan tidak. Berdasarkan tabel di atas, tamu sangat setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan *front office* tepat. Dengan demikian karyawan *front office* mampu memberikan informasi yang jelas dan terperinci mengenai jasa yang akan diberikan serta jasa tambahan lainnya. Tetapi masih adapula tamu yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan kepadanya. Dalam hal ini, setiap karyawan *front office* dituntut agar selalu bekerjasama agar dapat memberikan pelayanan terbaik kepada tamu.



### 3. Jaminan

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator jaminan yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.7 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator jaminan

Pernyataan	Karyawan <i>front office</i> memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat mengatasi permasalahan saya					
Valid	Keterangan	Skala pengukuran				
		SS	S	RG	TS	STS
Item X1.3	Frekuensi	39	47	8	5	0
	(%)	39,0	47,0	8,0	5,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator jaminan dengan pernyataan “Karyawan *front office* memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat mengatasi permasalahan saya” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 39 responden atau 39,0% menyatakan sangat setuju, 47 responden atau 47,0% menyatakan setuju, 8 responden atau 8,0% menyatakan ragu-ragu, 5 responden atau 5,0% menyatakan tidak setuju. Jawaban responden terbanyak pada pernyataan diatas adalah setuju (47,0%) yang berarti jaminan baik berupa keamanan dan informasi yang diberikan karyawan *front office* sudah baik dan meyakinkan tamu untuk datang ke Hotel Aryaduta Makassar.

#### 4. Empati

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator empati yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.8 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator empati

Pernyataan Valid	Karyawan <i>front office</i> melayani saya dengan bersahabat					
Item X1.4	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		(%)	53	40	6	0
		53,0	40,0	6,0	0,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator empati dengan pernyataan “Karyawan *front office* melayani saya dengan bersahabat” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 53 responden atau 53,0% menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 40% menyatakan setuju, 6 responden atau 6,0% menyatakan ragu-ragu. Di lihat dari hasil angket diatas, bahwa karyawan *front office* sudah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada tamu dan memenuhi kebutuhan tamu.

#### 5. Bukti Fisik

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator bukti fisik yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.9 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator bukti fisik

Pernyataan Valid	Fasilitas perlengkapan dan peralatan yang di miliki berfungsi dengan baik					
Item X1.5	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		(%)	48	29	20	2
		48,0	28,0	20,0	2,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator bukti fisik dengan pernyataan “Fasilitas perlengkapan dan peralatan yang di miliki berfungsi dengan baik” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 48 responden atau 48,0% menyatakan sangat setuju, 29 responden atau 29,0% menyatakan setuju, 20 responden atau 20,0% menyatakan ragu-ragu, 2 responden atau 2,0% menyatakan tidak setuju. Dengan demikian, dari data di atas fasilitas perlengkapan dan peralatan yang di miliki sudah berfungsi dengan baik. Meskipun demikian, masih terdapat responden yang menyatakan tidak setuju untuk pernyataan fasilitas perlengkapan dan peralatan yang di miliki berfungsi dengan baik .

#### 4.4.2 Loyalitas Tamu (Y)

Variabel loyalitas dalam penelitian ini di ukur dengan dua indikator dimana kedua indikator tersebut dijelaskan dalam satu pernyataan dalam angket.

##### 1. Kunjungan

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator kunjungan yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.10 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator frekuensi kunjungan

Pernyataan Valid	Saya akan datang di Hotel Aryaduta secara berkala					
Item Y1.1	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		(%)	53,0	40,0	6,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator bukti fisik dengan pernyataan “Saya akan datang di Hotel Aryaduta secara berkala” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa

53 responden atau 53,0% menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 40,0% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan ragu-ragu. Pada pernyataan di atas, jawaban responden terbanyak adalah sangat setuju yang berarti responden akan datang kembali ke Hotel Aryaduta Makassar secara berkala.

## 2. Waktu

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator waktu yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.11 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator waktu

Pernyataan Valid	Saya akan meluangkan waktu untuk datang kembali ke Hotel Aryaduta Makassar					
Item Y1.2	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		(%)	53	41	3	2
		53,0	41,0	3,0	2,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator bukti fisik dengan pernyataan “Saya akan meluangkan waktu untuk datang kembali ke Hotel Aryaduta Makassar” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 53 responden atau 53,0% memilih sangat setuju, 41 responden atau 41,0% memilih setuju, 3 responden atau 3,0% memilih ragu-ragu, 2 responden atau 2,0% memilih tidak setuju. Dari data hasil rekapitulasi angket di atas, jawaban responden terbanyak adalah sangat setuju, dimana tamu akan meluangkan waktu untuk datang kembali ke Hotel Aryaduta Makassar.

### 3. Kerjasama

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator kerjasama yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.12 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator kerjasama

Pernyataan Valid	Saya akan menjalin kerjasama setelah merasakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan <i>front office</i>					
Item Y1.3	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		48	45	3	3	0
(%)	48,0	37,0	3,0	3,0	0,0	

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator kerjasama dengan pernyataan “Saya akan menjalin kerjasama setelah merasakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan *front office*” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 48 responden atau 48,0% menyatakan sangat setuju, 45 responden atau 45,0% menyatakan setuju, 3 responden atau 3,0% menyatakan ragu-ragu, dan 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan dari hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa tamu setuju akan melakukan atau menjalin kerjasama setelah merasakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan *front office*, dimana jawaban responden terbanyak pada item pernyataan kedua yaitu sangat setuju sebesar 48,0% atau 48 responden.

#### 4. *Word of mouth*

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator *word of mouth* yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.13 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap variabel *word of mouth*

Pernyataan	Saya akan memberikan rekomendasi kepada rekan saya untuk menginap di Hotel Aryaduta Makassar					
Item	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
Y1.4		37	42	17	3	0
	(%)	37,0	42,0	17,0	3,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator *word of mouth* dengan pernyataan “Saya akan memberikan rekomendasi kepada rekan saya untuk menginap di Hotel Aryaduta Makassar” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 37 responden atau 37,0% menyatakan sangat setuju, 42 responden atau 42,0% menyatakan setuju, 17 responden atau 17,0% menyatakan ragu-ragu, dan 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak. Berdasarkan dari hasil analisis di atas, responden setuju untuk memberikan rekomendasi kepada rekannya untuk menginap di Hotel Aryaduta Makassar.

#### 5. Kepercayaan

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator kepercayaan yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.14 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator kepercayaan

Pernyataan Valid	Kunjungan selanjutnya saya akan mempercayai Hotel Aryaduta sebagai tempat menginap					
Item Y1.5	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
			38	51	7	3
	(%)	38,0	51,0	7,0	3,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator kepercayaan dengan pernyataan “Kunjungan selanjutnya saya akan mempercayai Hotel Aryaduta sebagai tempat menginap” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 38 responden atau 38,0% menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51,0% menyatakan setuju, dan 7 responden atau 7,0% menyatakan ragu-ragu dan 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil analisis di atas, bahwa responden akan melakukan kunjungan kembali dan mempercayai Hotel Aryaduta sebagai tempat menginap ketika datang ke Makassar.

#### 6. Komitmen

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator komitmen yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.15 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikator komitmen

Pernyataan Valid	Saya akan menjadi tamu <i>re-peater</i> di Hotel Aryaduta Makassar					
Item Y1.6	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
			38	51	7	3
	(%)	38,0	51,0	7,0	3,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator kepercayaan dengan pernyataan “Saya akan menjadi tamu *re-peater* di Hotel Aryaduta Makassar” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 38 responden atau 38,0% menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51,0% menyatakan setuju, 7 responden atau 7,0% menyatakan ragu-ragu, dan 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atas pernyataan di atas. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa tamu setuju akan menjadi tamu *re-peater* di Hotel Aryaduta Makassar yang di buktikan dengan hasil angket sebesar 46,0% di mana persentase tersebut lebih tinggi di banding item yang lainnya.

#### 7. *Switching cost*

Berikut adalah tabel distribusi frekuensi untuk indikator *switching cost* yang telah di sebar kepada 99 responden di Hotel Aryaduta Makassar :

Tabel 4.16 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap indikatorl *switching cost*

Pernyataan Valid	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan biaya yang saya keluarkan					
Item Y1.7	Keterangan	Skala pengukuran				
	Frekuensi	SS	S	RG	TS	STS
		(%)	43	53	3	0
		43,0	53,0	3,0	0,0	0,0

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan indikator kepercayaan dengan pernyataan “Fasilitas yang diberikan sesuai dengan biaya yang saya keluarkan” yang diberikan kepada 99 responden dapat diketahui bahwa 43 responden atau 43,0% menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53,0% menyatakan setuju, dan 3 responden atau 3,0% menyatakan ragu-ragu. Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat di simpulkan



bahwa tamu merasa setuju bahwa fasilitas yang diberikan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

#### 4.5 Uji Hasil Validitas dan Realibilitas

Berikut adalah uji hasil validitas dan realibilitas yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan *Front Office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

##### 4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), yaitu program yang digunakan untuk analisis statistika seperti menghitung hasil angket penelitian. Dalam penelitian ini aplikasi yang digunakan adalah SPSS 22.0.

Berikut adalah r tabel dengan nilai signifikan 0,05 :

Tabel 4.17 r Tabel

Df = 99-2	Sig.0,05 (Two Tail)
70	0.232
80	0.217
90	0.205
<b>97</b>	<b>0.198</b>
100	0.195

Sumber : Unila.ac.id, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan total responden 99 dan di kurang 2 (*degree of freedom*) maka di dapat hasil sebesar 97 dimana besar nilai signifikan 0,05, maka r tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,198.

Tabel 4.18 Hasil uji validitas angket

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ (97 responden)	Keterangan
Reliability	0,623	0,198	Valid
Responsiveness	0,606	0,198	Valid
Assurance	0,283	0,198	Valid
Empaty	0,478	0,198	Valid
Tangibles	0,387	0,198	Valid
Kunjungan	0,478	0,198	Valid
Waktu	0,606	0,198	Valid
Kerjasama	0,623	0,198	Valid
Rekomendasi	0,382	0,198	Valid
Kepercayaan	0,347	0,198	Valid
Komitmen	0,387	0,198	Valid
Biaya	0,431	0,198	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan *front office* dan variabel loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar, menunjukkan bahwa semua indikator dinyatakan valid. Karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . angket dapat dijelaskan bahwa pada taraf signifikansi 0,05 dengan sampel 99 reponden diperoleh besarnya nilai  $r_{tabel}$  yakni 0,198 dan dari 99 pernyataan yang ada besarnya nilai  $r_{hitung}$  dari setiap responden  $\geq 0,198$   $r_{hitung}$ . Berdasarkan hasil uji validitas di atas, semua pernyataan digolongkan valid dan memenuhi standar koefisien validitas karena nila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

#### 4.5.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Berikut adalah rekapitulasi hasil uji reliabilitas intrumen penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket kepada 99 responden.

Tabel 4.19 Rekapitulasi hasil uji realibilitas

Jumlah item pernyataan	<i>Cronbach's alpha based on standardized items</i>	Nilai kritis ( <i>rule of tumb</i> )	Keterangan
99	0,731	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,731 dan dikatakan reliabel jika hasil hitung lebih besar dibanding nilai kritis (*rule of tumb*) yaitu 0,60 dengan sampel sebesar 99 responden. Sehingga 0,731 (*Cronbach's alpha based on standardized items*) lebih besar 0,60 hal ini menunjukkan bahwa 12 item pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel. Dengan demikian seluruh item pernyataan untuk kualitas pelayanan dan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini yang dibuktikan dari hasil uji validitas dan reliabilitas.

#### 4.6 Hasil Perhitungan Pearson Correlation

Berikut adalah hasil dari perhitungan yang menggunakan aplikasi spss 22.0 untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dan loyalitas tamu (Y) :

Tabel 4.20 Correlation antara kualitas pelayanan dan loyalitas tamu

Correlations			
		SUMX	SUMY
SUMX	Pearson Correlation	1	,865**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	99	99
SUMY	Pearson Correlation	,865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	99	99

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

Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai yang digunakan pada *correlation is significant* adalah 0.01. Nilai signifikansi atau nilai sig (*2-tailed*) yang bernilai 0.000 angka ini lebih kecil daripada signifikansi levelnya yang sebesar 0.01. hal ini berarti ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

Setelah itu, pada angka *pearson correlation* yang sebesar 0.9. Hal ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat (paling kecil 0 dan paling besar 1, minimal 0.5 untuk hubungan yang kuat) (Ruzikna,2015) ini berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas tamu sangat kuat. Selain itu angka 0.9 bernilai positif dimana kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari indikator realibilitas, daya tanggap, jaminan dan bukti fisik searah dengan variabel loyalitas tamu (Y) dengan indikator perilaku dan sikap. Apabila indikator dari variabel kualitas pelayanan bertambah bernilai positif maka loyalitas tamu juga akan bertambah.

#### 4.7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yaitu  $r^2$ . Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai X dapat menjelaskan nilai Y dalam bentuk persen.

Tabel 4.21 tabel r square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 <sup>a</sup>	,749	,746	1,33456

Sumber : Hasil pengolahan spss, 2017

Pada tabel diatas, angka R square adalah 0,749 yaitu hasil kuadrat dari koefisien korelasi ( $0.865 \times 0.865 = 0.749$ ) dengan *standar error of the estimate* adalah 1.33456. Maka koefisien determinasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu sebesar 74.9 %. Hal ini berarti ada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar sedangkan

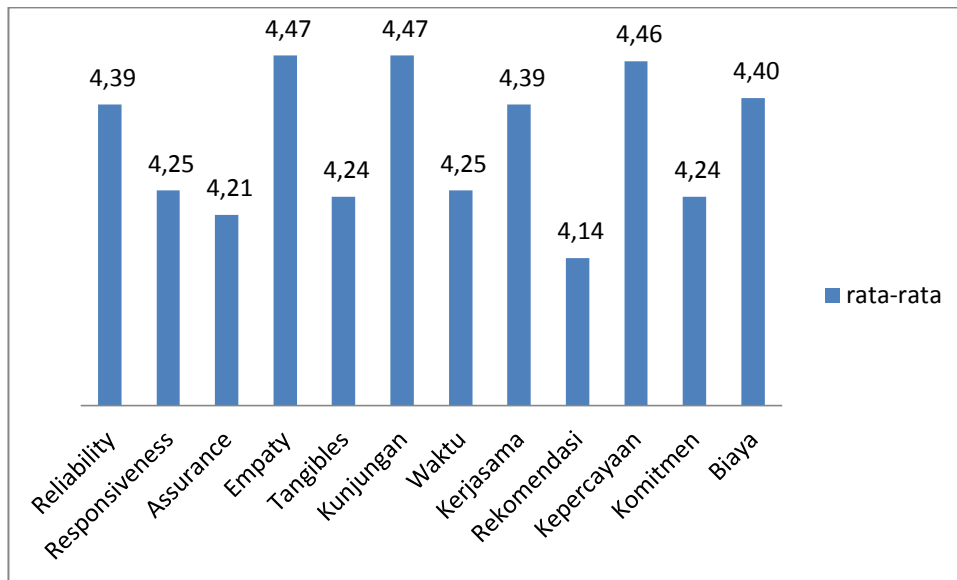
sisanya sebesar 26.1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan yang tidak diteliti lebih lanjut oleh penulis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aberian Partomo dan Ruzikna dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Pada hotel sabrina budget traveler pekanbaru.

#### **4.8 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pembahasan hasil penelitian adalah penjelasan mengenai analisis hasil mengenai kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar untuk menjawab rumusan masalah pada bab sebelumnya. Penilaian variabel didasarkan pada tanggapan tamu hotel sebagai responden yang memberikan informasi sesuai dengan pernyataan yang di ajukan dalam angket dan juga dari hasil perhitungan aplikasi SPSS 22.0.

##### **4.8.1 Kualitas pelayanan *Front office* untuk mendapatkan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar**

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan bagi setiap tamu yang datang ke Hotel Aryaduta Makassar. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan di ukur menggunakan lima indikator yaitu, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Berdasarkan hasil angket yang dibagikan kepada responden sebagian besar responden mengatakan kualitas pelayanan jasa Hotel Aryaduta Makassar dalam kategori baik, dibuktikan dari tidak adanya responden yang menjawab sangat tidak setuju dari semua pernyataan.



Gambar 4.1 Diagram Hasil Angket  
 Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan dalam diagram diatas dapat disimpulkan bahwa Indikator empati dan kunjungan merupakan indikator yang memperoleh nilai rata-rata paling tinggi yaitu 4.47%. Seperti yang diketahui bahwa karyawan *front office* harus memberikan pelayanan yang bersahabat kepada setiap tamu yang berkunjung ke Hotel Aryaduta Makassar sehingga tamu akan datang kembali dan merasakan pelayanan karyawan *front office* secara berkala.

Di samping itu, adapun indikator dengan nilai terendah yaitu rekomendasi atau *word of mouth* dengan nilai rata-rata 4.14%. Berdasarkan skala likert yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, angka 4 berarti setuju dimana meskipun hasil dalam rata-rata indikator pada tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa pernyataan untuk *word of mouth* rendah, bukan berarti tamu belum mampu memberikan rekomendasi kepada rekannya untuk menginap di Hotel Aryaduta Makassar.

Berdasarkan dari hasil perhitungan korelasi, dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Kualitas yang dirasakan oleh tamu memberikan

dampak pada keinginan tamu untuk mengunjungi kembali bahkan merekomendasikan pada orang lain serta dengan adanya kualitas yang baik dalam pemberian pelayanan jasa, menumbuhkan loyalitas tamu. Berikut adalah hasil analisis jawaban responden terhadap kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar :

1. Pengaruh *reliability* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar

Reliabilitas (*reliability*), berkaitan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Dalam penelitian ini, pernyataan untuk indikator *reliability* yaitu “Karyawan *front office* memberikan layanan dengan tepat waktu”. Hasil penelitian berdasarkan angket yang disebar kepada responden dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Karyawan *front office* telah memenuhi kebutuhan tamu dengan memberikan pelayanan yang tepat waktu. Hal ini berarti, strategi *reliability* di Hotel Aryaduta Makassar sudah dalam kategori baik. Tamu di Hotel Aryaduta Makassar akan semakin loyal, karena dengan adanya variabel *reliability* yang baik membuat tamu merasa nyaman karena diberikan kepercayaan yang pasti oleh karyawan *front office* Hotel Aryaduta Makassar.

Hal ini sejalan dengan teori Krisna Mahendraswara dalam Astri Ayu Purwati dan Sherly (2014) bahwa aspek *reliability* berpengaruh terhadap loyalitas tamu. Maka dari itu, pihak atau manajemen hotel tetap meningkatkan kesesuaian pelayanan yang diberikan, dan penanganan dalam keluhan tamu.

2. Pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar

*Responsiveness* berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon

permintaan mereka dengan segera. Dalam penelitian ini, pernyataan untuk indikator *responsiveness* yaitu “Karyawan *front office* memberikan pelayanan dengan tepat”. Hasil penelitian berdasarkan angket yang disebar kepada responden dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis menyimpulkan bahwa indikator *reliability* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Hal ini berarti, karyawan *front office* telah memberikan pelayanan dengan tepat kepada setiap tamu yang berkunjung ke Hotel Aryaduta Makassar.

Hal ini sejalan dengan teori Parasuraman dalam Tjiptono (2012) bahwa *responsiveness* yaitu kesediaan dan kesigapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan segera berpengaruh langsung secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Karena memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan inilah yang akan membuat pelanggan menjadi sangat loyal.

### 3. Pengaruh *assurance* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar

*Assurance* atau jaminan berekenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Dalam penelitian ini, pernyataan untuk indikator *assurance* yaitu “Karyawan *front office* memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat mengatasi permasalahan saya”. Hasil penelitian berdasarkan angket yang disebar kepada responden dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis menyimpulkan bahwa indikator *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Hal ini berarti, karyawan *front office* dapat menyelesaikan masalah ataupun *complaint* yang dialami oleh tamu berdasarkan pengetahuan yang dimiliki setiap karyawan atau *staff*.



Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakuakn oleh Ellys Cornelia dkk bahwa indikator *assurance* memberikan kontribusi positif terhadap terwujudnya loyalitas pelanggan. Karena dengan beberapa hal tadi, pelanggan merasa dimengerti dan akhirnya merasa nyaman, sehingga membuat pelanggan tersebut menjadi loyal. Dengan adanya kualitas pengetahuan karyawan yang tepat, maka pelanggan akan merasa yakin untuk menggunakan jasa suatu perusahaan. Oleh karena itu *front office manager* selalu mengadakan training bagi para karyawannya agar dapat menambah wawasan, dan pengetahuan masing- masing karyawan, sehingga dapat memberikan informasi yang tepat kepada setiap pelanggan.

#### 4. Pengaruh *empathy* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar

*Empathy* berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Dalam penelitian ini, pernyataan untuk indikator *empathy* yaitu “Karyawan *front office* melayani saya dengan bersahabat”. Hasil penelitian berdasarkan angket yang disebar kepada responden dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis menyimpulkan bahwa indikator *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Hal ini berarti, karyawan *front office* melayani setiap tamu dengan bersahabat sehingga tamu merasa nyaman dan dihargai saat berkunjung ke Hotel Aryaduta Makassar.

Hal ini sejalan dengan teori Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2012) yang menyebutkan bahwa, *emphaty* berarti perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, berpengaruh secara positif dimensi loyalitas pelanggan yaitu tetap memilih merek tersebut, merekomendasikannya kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang.

#### 5. Pengaruh *tangibles* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar

Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya. Dalam penelitian ini, pernyataan untuk indikator *tangibles* yaitu “Fasilitas perlengkapan dan peralatan yang di miliki berfungsi dengan baik”. Hasil penelitian berdasarkan angket yang disebar kepada responden dan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis menyimpulkan bahwa indikator *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar.

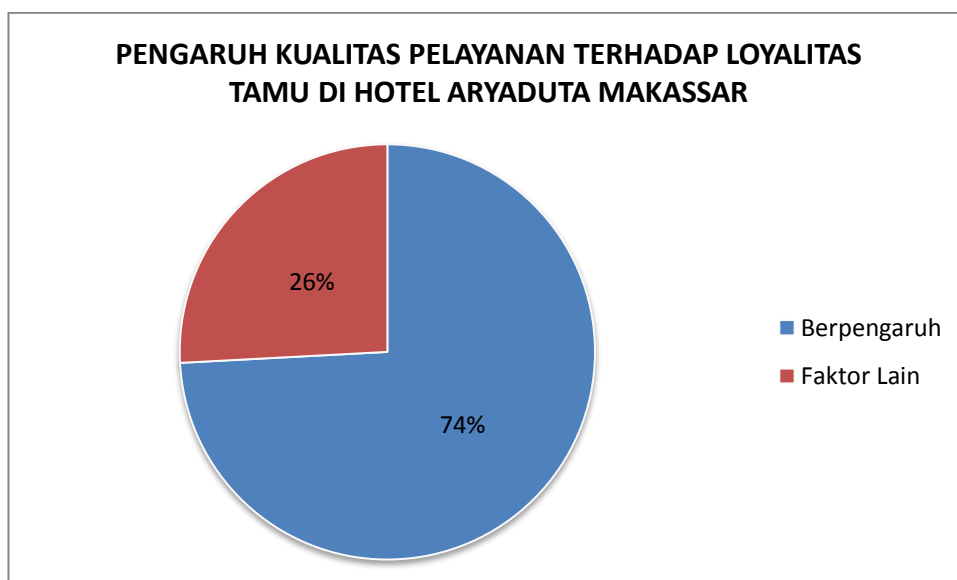
Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam Tjiptono (2012) *tangibles* berkenaan dengan penampilan fisik, fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan, berkaitan secara langsung dengan indikator- indikator loyalitas tamu. Dimana penampilan fisik juga sangat mendukung tamu untuk menjadi loyal. Hotel Aryaduta Makassar selalu menjaga desain interior dan exterior, serta selalu membentuk *atmosphere* yang nyaman, sehingga dapat membuat tamu menjadi santai berada di Hotel tersebut.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan indikator *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible Front Office* Hotel Aryaduta Makassar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas tamu. Dengan demikian apabila kualitas layanan *front office* bertambah, maka tamu akan semakin loyal kepada Hotel Aryaduta Makassar. Oleh karena itu, pihak *front office departement* harus selalu memperhatikan dan meningkatkan strategi kualitas layanan *front office* agar tamu akan menjadi semakin loyal.

#### 4.8.2 Pengaruh kualitas pelayanan *Front office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar

Pentingnya kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu bagi suatu hotel mengharuskan manajemen mempelajari hal-hal yang bisa membentuk loyalitas tamu. Pesatnya pembangunan hotel, menjadikan banyaknya kompetitor Hotel Aryaduta Makassar yang diikuti pula oleh selera konsumen yang semakin tinggi. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan tamu. *Front office* merupakan wakil manajemen dimana departemen ini berperan penting dalam suatu hotel. Selain itu, departemen ini juga berperan penting dalam hal pelayanan dan pencapaian tujuan hotel, yakni memberikan pelayanan yang diharapkan oleh tamu.

Berikut adalah gambar seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Front Office* terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar :



Gambar 4.2 Diagram Hasil pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu  
Sumber : Hasil Pengolahan data penulis, 2017

Loyalitas dapat dilihat dari dua indikator yaitu perilaku (*behavioral*) dan sikap (*attitudinal*). Perilaku adalah aktivitas ketika seseorang mendapatkan, mengkonsumsi barang atau jasa pada saat proses pembelian. Sedangkan sikap

adalah tanggapan perasaan tamu yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Hal ini terbukti dari hasil perhitungan menggunakan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa sebesar 74,9% kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas tamu, sedangkan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan yang tidak diteliti lebih lanjut oleh penulis.

Penelitian yang dilakukan Dabholkar dalam Ellys cornelia dkk (2014) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas kosumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka akan tercipta kepuasan tamu dan melakukan pembelian ulang. Pelayanan yang baik dapat memenuhi kebutuhan tamu agar tercapai kepuasan dan meningkatkan intensitas pembelian kembali. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu memiliki peran yang penting dalam upaya meningkatkan loyalitas tamu untuk menginap kembali di Hotel Aryaduta Makassar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan penelitian terdahulu, perumusan masalah dan hasil angket yang telah dibahas selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari aspek kualitas pelayanan yang meliputi 5 indikator seperti bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan *front office departement* Hotel Aryaduta Makassar sudah efektif. Hal ini berdasarkan dari analisis setiap indikator dari pernyataan yang telah diisi oleh responden dalam angket yang telah dibagikan. Hasil analisis tersebut bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar. Semakin bertambah kualitas yang diberikan oleh karyawan *front office* maka bertambah pula loyalitas tamu terhadap Hotel Aryaduta Makassar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kadek Ngurah Astana yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan sangat kuat terhadap loyalitas tamu.
2. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dengan menggunakan koefisien determinasi yang telah diuraikan, diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar sebesar 74.9% dan sisanya sebesar 26.1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel kualitas pelayanan yang tidak diteliti lebih jauh oleh penulis.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak–pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran–saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan *front office departement* Hotel Aryaduta Makassar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah dimiliki saat ini. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada loyalitas tamu pada hotel sehingga dapat meningkatkan citra positif di mata tamu.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu dan dapat membahas variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam Tugas Akhir ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Amelia, Dian, 2016, *Pengaruh Job Enlargement Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Front Office Departemen Di Amaris Hotel Diponegoro Yogyakarta*, Politeknik Bosowa, Makassar.

Asmar, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Dana Solo*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Di unduh pada tanggal 11 Maret 2017 URL :

<http://eprints.uns.ac.id/4205/1/154202108201011351.pdf>

Astana Kadek Ngurah, Made Nuridja, Luh Indrayani, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Legong Keraton Di Kabupaten Bandung*, vol. 4, no. 1.

Di unduh pada tanggal 11 Maret 2017. URL :

<https://media.neliti.com/media/publications/5299-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-hotel-dan-kepuasan-tamu-terhadap-loyalitas-tamu-pada.pdf>

Azri Aberiana Partomo & Ruzikna, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Sabrina Budget Traveler Pekanbaru, JOM FISIP*, vol. 2, no. 2. Di unduh pada tanggal 10 April 2017. URL :

<https://media.neliti.com/media/publications/32491-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-loyalitas-pelanggan-pada-hotel-sabrina-budg.pdf>

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2017. *Pertumbuhan Hotel di Sulawesi Selatan*. Di akses pada tanggal 20 Maret 2017. URL :

<https://sulsel.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/248>

Bagyono, 2012, *Teori dan Praktek Hotel Front Office*, Alfabeta, Bandung

Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2012, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi universitas indonesia*, Volume 17, Nomor 2, Jakarta. Di unduh pada 8 Maret 2017 URL:

<http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/view/632/617>

Ellys Cornelia, Nancy Veronica S, Endo Wijaya Kartika, Thomas S. Kaihatu, 2012, *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry Sasec Surabaya*, Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, jurnal manajemen perhotelan, vol. 4, no.2, Surabaya. Di unduh pada tanggal 12 Maret 2017. URL :

[jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/download/18423/18240](http://jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/download/18423/18240)

Gitasiswhara, 2013, *Pengaruh Servicecape Terhadap Loyalitas Tamu Mancanegara Di Alam Kukul Batique Resort Bali*, *Tourism and Hospitality Essential journal*, vol. III, no. 1. Di unduh pada tanggal 8 Maret 2017. URL:

[ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/download/1970/1353](http://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/download/1970/1353).

Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2015. Di akses pada tanggal 3 Maret 2017. URL :

<http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/test/LAKIP-KEMENPAR%202015.pdf>

Perhotelan Tim, 2014, Modul Front Office, Politeknik Bosowa, Makassar.



Purwati Astri Ayu dan Sherly, 2014, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pelanggan Grand Hawaii Hotel Pekanbaru*, Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia, Pekanbaru. Di unduh pada tanggal 19 Maret 2017. URL:

<http://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/index.php/procuratio/search/authors/view?firstName=Astri&middleName=Ayu&lastName=Purwati&affiliation>

Santoso Septiadi, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 6 Surabaya. Di unduh pada tanggal 20 April 2017 URL :

<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/downloadSuppFile/246/136>.

Selvy Normasari, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan,* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol. VI, no. 2. Di unduh pada tanggal 22 Maret 2017 URL:

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=189713&val=6468&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20PELANGGAN>

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, Bandung.

Tjiptono Fandi, 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Andi, Yogyakarta.

Wibowo, 2013, *Implikasi Kompetensi IT Mahasiswa Terhadap Hasil Pembelajaran Di Perguruan Tinggi Vokasional Universitas Pendidikan Indonesia,* repository.upi.edu, vol. II, no. 10. Di unduh pada tanggal 12

Maret 2017. URL: <http://jurnal.upi.edu/penelitian-pendidikan/key/-kurikulum>

Wibowo, 2013, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan minuman Jamu gendong Di Surakarta*, Bhirawa Vol 2. No, 2. 9 Maret 2017. URL: <https://ejournal.stieaub.ac.id/index.php/bhirawa/article/download/486>

Yahya Andi, 2016, *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015*, kementerian pariwisata, Jakarta. Di akses pada tanggal 10 Maret 2017. URL: <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/test/LAKIPKEMENPAR%202015.pdf>

Yusuf Muhammad, 2014, *Metode Penelitian*, Kencana, Padang.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

#### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

##### 1. Data Pribadi

Nama lengkap : Juliana  
Tempat & Tanggal Lahir : Maros, 22 September 1996  
Alamat Rumah : Jl. Poros Maros-Pangkep Link. Suli-Suli  
Telp : -  
HP : 085340697289  
Email : Jule.juli@yahoo.com  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam



##### 2. Riwayat Pendidikan

SD Inpres Suli-Suli No. 19 Maros	2001 - 2006
SMPN 2 Maros Utara	2007 - 2010
SMAN 2 Maros	2010 - 2013

##### 3. Pendidikan Non Formal

Training di Hotel Aryaduta Makassar  
Training di Hotel Harbor Makassar  
Training di Swiss-Belhotel Makassar

Makassar, Agustus 2017

Juliana

## Lampiran 2 Angket

## Angket Penelitian

Dalam rangka penelitian untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front Office* Terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Aryaduta Makassar” maka peneliti memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk dapat mengisi angket yang peneliti ajukan.

Berikut penulis uraikan simbol-simbol yang perlu diketahui oleh bapak dan ibu. Untuk pengisian angket penulis berharap bapak/ibu bisa memberikan *checklist* (v) di setiap pernyataan.

**SS** : Sangat Setuju    **TS** : Tidak Setuju  
**ST** : Setuju            **STS** : Sangat Tidak Setuju  
**RG** : Ragu- Ragu

### Identitas Responden :

**Jenis kelamin** :  Laki-Laki     Perempuan

**Jumlah kunjungan** :

**Tujuan Kunjungan** :  Bisnis             Liburan

PERNYATAAN	SKALA PENGUKURAN				
	SS	ST	RG	TS	STS
Karyawan <i>front office</i> memberikan layanan dengan tepat waktu					
Karyawan <i>front office</i> memberikan pelayanan dengan tepat					
Karyawan <i>front office</i> memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat mengatasi permasalahan saya					
Karyawan <i>front office</i> melayani saya dengan bersahabat					
Fasilitas perlengkapan dan peralatan yang dimiliki berfungsi dengan baik					
saya akan datang di Hotel Aryaduta Makassar secara berkala					
saya akan meluangkan waktu untuk datang kembali ke Hotel Aryaduta Makassar					
saya akan memberikan rekomendasi kepada rekan saya untuk menginap di Hotel Aryaduta Makassar					
Kunjungan selanjutnya saya akan mempercayai Hotel Aryaduta sebagai tempat menginap					
Saya akan menjadi tamu re-peater di Hotel Aryaduta Makassar					
Fasilitas yang diberikan sesuai dengan biaya yang saya keluarkan					

### Lampiran 3 Hasil rekapitulasi angket

#### A. Variabel Kualitas Pelayanan

Responden	Pernyataan				
	X1	X2	X3	X4	X5
1	4	3	4	4	4
2	4	4	5	3	4
3	5	3	5	3	4
4	4	4	5	3	5
5	4	4	4	4	4
6	5	3	5	3	5
7	2	4	5	3	4
8	4	4	4	4	5
9	5	3	4	4	5
10	5	3	5	5	4
11	5	4	5	5	4
12	4	5	4	4	4
13	4	4	5	4	4
14	4	4	5	4	4
15	5	5	4	4	4
16	5	5	4	4	4
17	5	2	5	4	4
18	3	5	4	4	5
19	5	5	5	4	5
20	5	4	4	4	4
21	4	4	4	4	5
22	5	5	2	5	5
23	5	5	3	5	4
24	4	4	4	4	5
25	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	4	5	5
28	5	5	4	5	5
29	5	5	5	5	2
30	5	4	4	4	5
31	2	2	2	5	3
32	5	5	4	4	3
33	5	4	5	4	3
34	4	4	5	5	5
35	5	5	5	5	5
36	4	4	5	5	3

Responden	Pernyataan				
	X1	X2	X3	X4	X5
37	5	5	4	4	4
38	5	5	5	5	4
39	5	5	2	5	4
40	5	5	3	5	4
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5
43	3	5	5	4	2
44	4	4	3	5	5
45	4	4	3	5	5
46	5	5	5	5	5
47	4	4	3	5	2
48	5	5	4	5	5
49	5	5	4	5	4
50	4	4	5	5	5
51	5	3	4	5	4
52	4	4	5	5	5
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4
55	5	4	4	5	4
56	4	1	3	4	4
57	4	5	5	5	5
58	2	2	3	4	5
59	5	5	4	5	5
60	4	5	5	5	5
61	5	5	4	5	5
62	4	4	4	4	5
63	5	5	4	5	4
64	3	5	2	4	5
65	5	5	4	4	3
66	5	4	4	5	5
67	4	4	4	5	5
68	4	4	5	5	4
69	4	4	4	5	4
70	5	4	5	5	5
71	5	4	4	5	4
72	5	5	5	4	3
73	4	4	4	4	3
74	5	5	4	5	5
75	4	4	4	4	5

Responden	Pernyataan				
	X1	X2	X3	X4	X5
76	4	5	4	4	5
77	5	2	5	4	4
78	4	4	5	5	4
79	4	4	4	4	2
80	4	4	2	5	4
81	4	4	4	5	4
82	4	4	5	5	4
83	5	5	4	5	4
84	5	5	5	5	4
85	5	5	4	4	4
86	4	4	3	3	4
87	5	5	4	5	4
88	4	4	4	4	4
89	4	4	5	5	4
90	4	5	5	5	5
91	5	5	5	5	4
92	4	5	5	5	4
93	5	5	5	5	4
94	4	4	4	4	4
95	4	4	5	5	5
96	4	4	4	5	4
97	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4
99	5	5	4	4	5
Total	435	421	417	443	420
Rata-rata	4.39	4.25	4.21	4.47	4.24

## B. Variabel Loyalitas Tamu

Responden	Pernyataan						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
1	4	3	4	4	5	4	5
2	3	4	4	5	4	4	4
3	3	3	5	5	5	4	5
4	3	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4
6	3	3	5	4	5	5	5
7	3	4	2	4	5	4	5

Responden	Pernyataan						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
8	4	4	4	4	4	5	4
9	4	3	5	4	5	5	5
10	5	3	5	5	5	4	5
11	5	4	5	5	5	4	5
12	4	5	4	4	5	4	4
13	4	4	4	4	4	4	5
14	4	4	4	4	4	4	4
15	4	5	5	4	5	4	5
16	4	5	5	4	5	4	5
17	4	2	5	4	5	4	5
18	4	5	3	4	5	5	5
19	4	5	5	4	5	5	5
20	4	4	5	4	5	4	5
21	4	4	4	4	4	5	4
22	5	5	5	4	5	5	5
23	5	5	5	4	5	4	5
24	4	4	4	4	4	5	4
25	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	4	5	5	5
28	5	5	5	4	5	5	5
29	5	5	5	5	5	2	5
30	4	4	5	4	3	5	4
31	5	2	2	2	5	3	5
32	4	5	5	4	5	3	3
33	4	4	5	4	5	3	3
34	5	4	4	5	4	5	4
35	5	5	5	3	5	5	5
36	5	4	4	5	4	3	4
37	4	5	5	4	5	4	5
38	5	5	5	5	5	4	5
39	5	5	5	5	5	4	5
40	5	5	5	3	5	4	5
41	4	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5	5
43	4	5	3	3	5	2	3
44	5	4	4	3	4	5	4
45	5	4	4	3	4	5	4
46	5	5	5	5	5	5	5



Responden	Pernyataan						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
47	5	4	4	3	4	2	4
48	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	3	5	4	4
50	5	4	4	5	4	5	4
51	5	3	5	5	5	4	4
52	5	4	4	5	4	5	4
53	4	4	4	5	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4
55	5	4	5	5	5	4	4
56	4	1	4	3	4	4	4
57	5	5	4	5	3	5	4
58	4	2	2	3	5	5	4
59	5	5	5	4	4	5	4
60	5	5	4	4	4	5	4
61	5	5	5	2	4	5	4
62	4	4	4	4	4	5	4
63	5	5	5	3	4	4	5
64	4	5	3	4	4	5	5
65	4	5	5	4	4	3	5
66	5	4	5	4	5	5	5
67	5	4	4	5	4	5	4
68	5	4	4	5	5	4	4
69	5	4	4	3	4	4	4
70	5	4	5	5	5	5	5
71	5	4	5	3	5	4	5
72	4	5	5	5	5	3	5
73	4	4	4	3	4	3	4
74	5	5	5	5	5	5	4
75	4	4	4	4	4	5	4
76	4	5	4	4	5	5	4
77	4	2	5	5	2	4	4
78	5	4	4	5	4	4	4
79	4	4	4	4	4	2	4
80	5	4	4	5	2	4	4
81	5	4	4	3	4	4	4
82	5	4	4	3	4	4	4
83	5	5	5	3	5	4	4
84	5	5	5	4	4	4	4
85	4	5	5	2	5	4	4

Responden	Pernyataan						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
86	3	4	4	3	4	4	4
87	5	5	5	5	5	4	5
88	4	4	4	4	4	4	4
89	5	4	4	5	4	4	4
90	5	5	4	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	4	5
92	5	5	4	5	5	4	5
93	5	5	5	5	5	4	5
94	4	4	4	4	4	4	4
95	5	4	4	5	4	5	4
96	5	4	4	5	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4
99	4	5	5	4	5	5	5
Total	443	421	435	410	442	420	436
Rata-rata	4.47	4.25	4.39	4.14	4.46	4.24	4.40

## Lampiran 4 Cara mencari correlation menggunakan SPSS 22.0

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Data Editor interface. The 'Analyze' menu is open, and the path 'Analyze > Bivariate' is highlighted. The main data grid is visible with columns labeled 'responden', 'X1', 'X2', 'X3', 'X4', 'X5', 'SUMX', 'Y1', 'Y2', 'Y3', 'Y4', 'Y5', 'Y6', 'Y7', and 'SUMY'. The 'Analyze' menu options include Reports, Descriptive Statistics, Tables, Compare Means, General Linear Model, Generalized Linear Models, Mixed Models, Correlate, Regression, Logistic, Neural Networks, Classify, Dimension Reduction, Scale, Nonparametric Tests, Forecasting, Survival, Multiple Response, Missing Value Analysis..., Multiple Imputation, Complex Samples, Simulation, Quality Control, and ROC Curve...

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Data Editor with the 'Bivariate Correlations' dialog box open. The dialog box is titled 'Bivariate Correlations' and has a 'Variables:' list containing 'SUMX' and 'SUMY'. The 'Correlation Coefficients' section has 'Pearson' checked. The 'Test of Significance' section has 'Two-tailed' selected. The 'Flag significant correlations' checkbox is checked. The 'OK' button is highlighted. The background data grid is the same as in the previous screenshot.

**Lampiran 5** r hitung dan *Reliability Statistics*

A. r hitung

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	99,5051	74,804	,623	,705
X1.2	99,6465	73,557	,606	,701
X1.3	99,6869	78,176	,283	,724
X1.4	99,4242	77,288	,478	,716
X1.5	99,6566	77,085	,387	,718
Y1.1	99,4242	77,288	,478	,716
Y1.2	99,6465	73,557	,606	,701
Y1.3	99,5051	74,804	,623	,705
Y1.4	99,7576	76,737	,382	,717
Y1.5	99,4343	78,432	,347	,722
Y1.6	99,6566	77,085	,387	,718
Y1.7	99,4949	78,293	,431	,720
TOTAL	51,9495	20,702	1,000	,762

B. Realibility

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,731	13

Lampiran 6 Output Correlation

Correlations

Keterangan		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,340**	,197	,251*	,069	,251*	,340**	1,000**	,208*	,270**	,069	,325**	,669**
	Sig. (2-tailed)		,001	,051	,012	,500	,012	,001	,000	,039	,007	,500	,001	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	,340*	1	,088	,286**	,081	,286**	1,000**	,340**	,099	,257*	,081	,177	,661**
	Sig. (2-tailed)	,001		,385	,004	,427	,004	,000	,001	,330	,010	,427	,080	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	,197	,088	1	-,020	,015	-,020	,088	,197	,443**	,104	,015	,012	,362**
	Sig. (2-tailed)	,051	,385		,842	,880	,842	,385	,051	,000	,306	,880	,907	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	,251*	,286**	-,020	1	,101	1,000**	,286**	,251*	,131	,082	,101	,121	,529**
	Sig. (2-tailed)	,012	,004	,842		,318	,000	,004	,012	,196	,420	,318	,232	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.5	Pearson Correlation	,069	,081	,015	,101	1	,101	,081	,069	,143	-,024	1,000**	,178	,457**
	Sig. (2-tailed)	,500	,427	,880	,318		,318	,427	,500	,156	,813	,000	,077	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1.1	Pearson Correlation	,251*	,286**	-,020	1,000**	,101	1	,286**	,251*	,131	,082	,101	,121	,529**
	Sig. (2-tailed)	,012	,004	,842	,000	,318		,004	,012	,196	,420	,318	,232	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Keterangan		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	TOTAL
Y1.2	Pearson Correlation	,340*	1,000**	,088	,286**	,081	,286**	1	,340**	,099	,257*	,081	,177	,661**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,385	,004	,427	,004		,001	,330	,010	,427	,080	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1.3	Pearson Correlation	1,000**	,340**	,197	,251*	,069	,251*	,340**	1	,208*	,270**	,069	,325**	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,051	,012	,500	,012	,001		,039	,007	,500	,001	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1.4	Pearson Correlation	,208*	,099	,443**	,131	,143	,131	,099	,208*	1	-,010	,143	,168	,457**
	Sig. (2-tailed)	,039	,330	,000	,196	,156	,196	,330	,039		,922	,156	,096	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1.5	Pearson Correlation	,270*	,257*	,104	,082	-,024	,082	,257*	,270**	-,010	1	-,024	,500**	,409**
	Sig. (2-tailed)	,007	,010	,306	,420	,813	,420	,010	,007	,922		,813	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1.6	Pearson Correlation	,069	,081	,015	,101	1,000**	,101	,081	,069	,143	-,024	1	,178	,457**
	Sig. (2-tailed)	,500	,427	,880	,318	,000	,318	,427	,500	,156	,813		,077	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1.7	Pearson Correlation	,325*	,177	,012	,121	,178	,121	,177	,325**	,168	,500**	,178	1	,480**

Keterangan		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	TOTAL
Sig. (2-tailed)		,001	,080	,907	,232	,077	,232	,080	,001	,096	,000	,077		,000
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL	Pearson Correlation	,669*	,661**	,362**	,529**	,457**	,529**	,661**	,669**	,457**	,409**	,457**	,480**	1
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

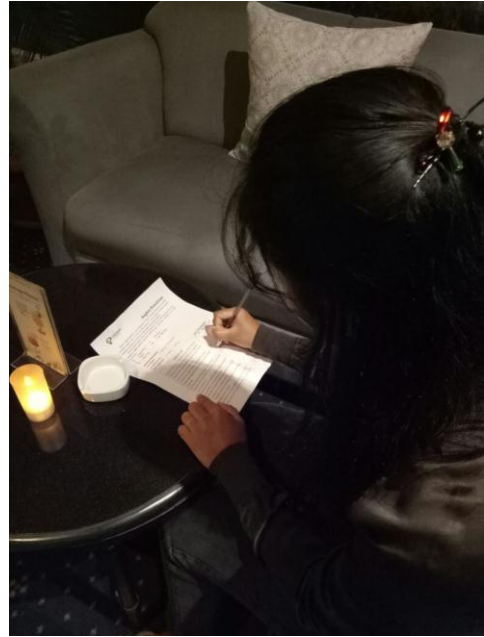
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

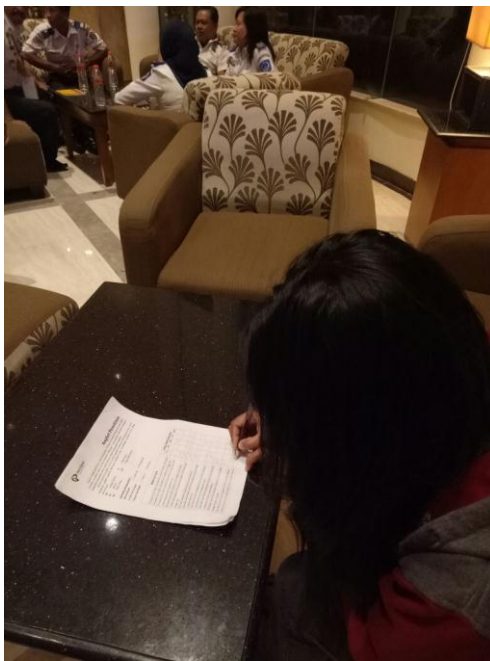
## Lampiran 7 Dokumentasi Penulis



Gambar 1 : Responden saat membaca angket  
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 2 : Responden saat mengisi angket  
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 3 : Responden saat mengisi angket  
Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 4 : Responden saat membaca angket  
Sumber : Dokumentasi Penulis