



**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI FRONT ONE INN DE LAIA MALANG**

SKRIPSI
**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh

Nur Rohmah Dhuhaini

NPM. 21901081003



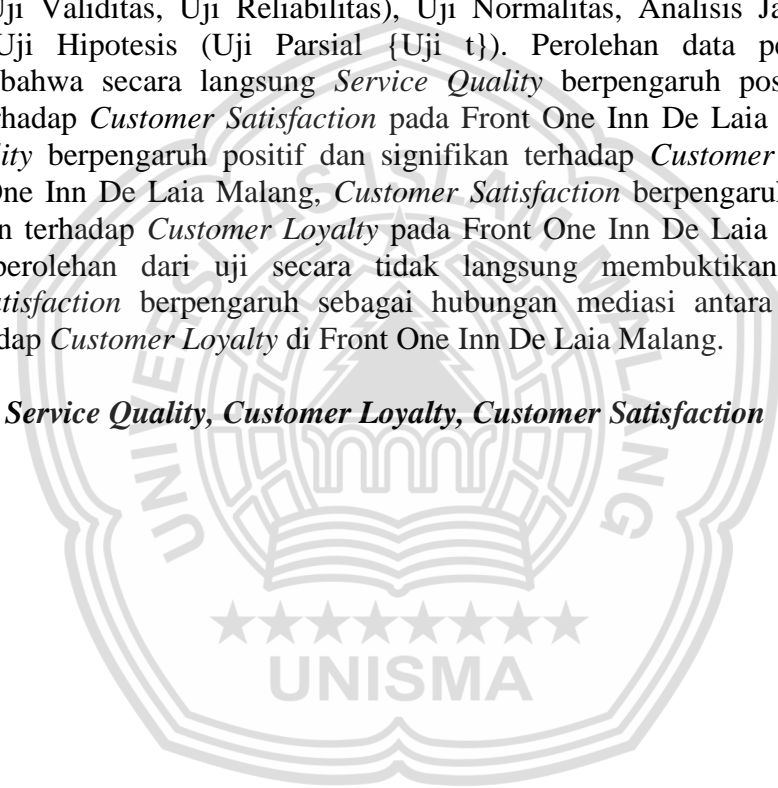
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2023

ABSTRAK

Ketatnya persaingan perhotelan di Kota Malang menjadikan para pengelola hotel berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya supaya pelanggan merasa puas dan loyalitas pelanggan bisa tercipta. Oleh sebab itu, memahami dan mengkaji pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelanggan di Front One Inn De Laia Malang menjadi tujuan dari diadakannya penelitian ini. Jenis penelitian ini ialah *Explanatory Research* dengan pendekatan kuantitatif. Sumber datanya bersifat primer, dengan menyebarkan kuesioner pada 83 responden melalui penilaian skala likert. *Simple Random Sampling* menjadi teknik pengambilan sampelnya. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang diaplikasikan melalui program SPSS versi 25 ialah Uji Instrumen (Uji Validitas, Uji Reliabilitas), Uji Normalitas, Analisis Jalur, Uji Sobel dan Uji Hipotesis (Uji Parsial {Uji t }). Perolehan data penelitian menyatakan bahwa secara langsung *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada Front One Inn De Laia Malang, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Front One Inn De Laia Malang, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada Front One Inn De Laia Malang. Sedangkan perolehan dari uji secara tidak langsung membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh sebagai hubungan mediasi antara *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* di Front One Inn De Laia Malang.

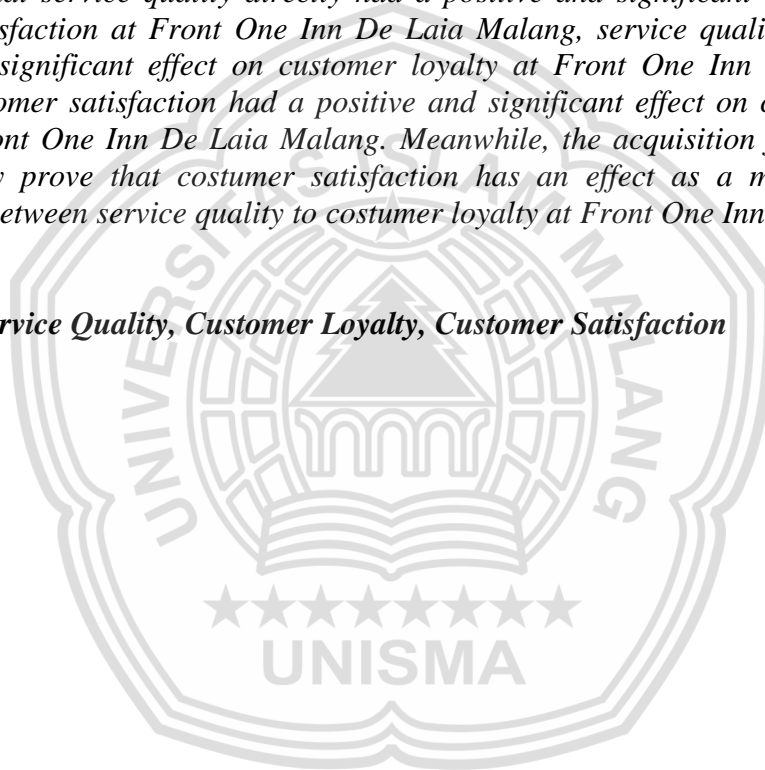
Kata Kunci: *Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*



ABSTRACT

The intense competition for hotels in Malang City makes hotel managers try to improve the quality of their services so that customers feel satisfied and customer loyalty can be created. Therefore, understanding and studying the effect of service quality on customer loyalty by mediating customer satisfaction at Front One Inn De Laia Malang becomes the purpose of conducting this research. This type of research is Explanatory research with a quantitative approach. The data source is primary, by distributing questionnaires to 83 respondents through likert scale assessment. Simple Random Sampling is the sampling technique in this study. The data analysis method applied through the SPSS version 25 program was Instrument Test (Validity Test, Reliability Test), Normality Test, Path Analysis, Sobel and Hypothesis Test (Partial Test {t Test}. Obtained research data stated that service quality directly had a positive and significant effect on customer satisfaction at Front One Inn De Laia Malang, service quality had a positive and significant effect on customer loyalty at Front One Inn De Laia Malang, customer satisfaction had a positive and significant effect on customer loyalty at Front One Inn De Laia Malang. Meanwhile, the acquisition from the test indirectly prove that costumer satisfaction has an effect as a mediating relationship between service quality to costumer loyalty at Front One Inn De Laia Malang.

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



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era global saat ini, pariwisata menjadi industri yang paling diminati untuk mengembangkan perekonomian sebuah negara. Selain untuk mengundang para investor masuk untuk mengembangkan perekonomian sebuah negara, banyaknya turis asing yang masuk ke dalam negeri menjadikan sumber devisa negara yang digunakan untuk mendukung perekonomian negara juga semakin meningkat.

Indonesia adalah salah satu negara destinasi yang tidak bisa ditinggalkan oleh para wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara. Selain kaya akan keindahan alamnya, Indonesia memiliki beragam lokasi warisan bersejarah dan kebudayaan yang masih kuat hingga saat ini. Seiring usaha pemerintah agar pariwisata tumbuh berkembang, perhotelan menjadi sebuah industri penting yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan ketatnya persaingan hotel di Indonesia. Dari data Badan Pusat Statistik 2021, Indonesia berhasil mendirikan 27.607 hotel dengan total sebesar 718.898 kamar selama tahun 2021. (www.bps.go.id).

Provinsi Jawa Timur, salah satu provinsi yang memiliki beragam pariwisata yang unik dan menarik membuat potensi bisnis hotel terlihat memiliki prospektif yang cukup tinggi. Hal ini didukung dengan data jumlah wisata mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Indonesia selama periode Januari – Juni 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat 10.845 orang –

yang berarti menanjak 94,56% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (www.jatim.bps.go.id).

Selain menjadi kota terbesar kedua di Jawa Timur, Kota Malang terkenal sebagai kota pelajar dan destinasi wisata favorit bagi sebagian besar orang. Banyaknya wisatawan, anggota keluarga pelajar, terlebih para pengusaha atau pegawai perusahaan yang melakukan perjalanan bisnis dan seminar dari luar kota membuat peluang bagi pengusaha hotel menjadi lebih tinggi. Dengan banyaknya pengunjung di Malang, hotel sebagai tempat menginap menjadi hal yang tidak dapat dihindari.

Rilis dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur 2021, hotel atau akomodasi di Malang terakumulasi sebesar 178 hotel dengan 6380 kamar yang berhasil berdiri hingga akhir tahun. Meskipun jumlah tersebut menurun 31,8% daripada tahun sebelumnya sebagai dampak akibat dari pandemik COVID-19 yang menyerang Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 lalu, hal ini tidak merubah fakta bahwa pertumbuhan hotel di kota Malang meningkat signifikan pada tahun-tahun sebelumnya. Dimana hotel yang berhasil bertahan hingga ujung tahun 2020 tersebut meningkat 17,04% daripada tahun 2019, yakni sebesar 261 hotel/akomodasi dengan 11.381 kamar. Begitu pula halnya pada tahun 2019 jumlah hotel yang berhasil dibangun naik 61,6% dibandingkan dengan tahun 2018 yakni 223 hotel/akomodasi dengan 6.342 kamar. (www.jatim.bps.go.id).

Disamping canggihnya perkembangan teknologi yang menjadi salah satu faktor utama sengitnya persaingan dunia usaha perhotelan di dunia, baik mereka yang berkapital besar maupun mereka yang hanya memiliki

gagasan dan pengalaman tertarik untuk melakukan usaha ini. Menurut Isdarmanto (2018:18), hotel ialah suatu jenis akomodasi yang menawarkan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi masyarakat umum yang bermalam maupun hanya menggunakan salah satu fasilitasnya. Sebagai perusahaan jasa yang selalu mengutamakan pelayanan prima untuk kepuasan tamunya, perusahaan mengharapkan agar mendapatkan pendapatan seoptimal mungkin dengan memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Kotler (dalam Daga, 2017:77), kepuasan ialah perasaan yang didapatkan individu sehabis melakukan komparasi atas jasa yang diterima dengan yang diharapkannya. Apabila seorang konsumen telah mencapai nilai ukur puas yang memenuhi syaratnya, maka konsumen dapat beralih posisi sebagai pelanggan penting hotel. Sebab seorang pelanggan dapat mempengaruhi orang lain dengan menciptakan referensi yang baik tentang hotel kepada orang lain.

Namun, kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan belum tentu membuatnya menjadi pelanggan loyal. Menurut Griffin (dalam Hermanto, 2019:27), seorang pelanggan dapat dikatakan loyal apabila mereka bersedia untuk membeli kembali pilihan produk atau layanan di masa depan secara berkala dengan merekomendasikannya pada orang lain dan kebal terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing. Dan ketika kelayakan seorang pelanggan telah tercapai, maka perusahaan harus bisa mempertahankannya dengan membangun dan mengembangkan hubungan jangka panjang kepada pelanggan.

Untuk menarik pelanggan dan bertahan pada satu penjual, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dan indikator terpenting yang perlu diketahui adalah *service quality*. Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019:61), *service quality* atau kualitas pelayanan ialah usaha perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan menyediakan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, bahkan ketepatan penyampaian dalam prosesnya. Oleh karenanya, setiap perusahaan harus memikirkan strategi dalam hal kualitas maupun pelayanannya supaya bisa tetap eksis di era persaingan yang semakin ketat ini.

Ketika seseorang pergi ke sebuah kota, maka penting baginya untuk menemukan tempat untuk beristirahat yang baik dan tepat. Selain harga dan lokasi, indikator utama pemilihan hotel adalah faktor kenyamanan selama menginap. Namun, banyak hotel yang lebih mementingkan bagaimana memenuhi target jumlah kamar yang dihuni dengan hanya mengandalkan indikator perubahan harga sebagai faktor utama peningkatan pendapatan. Keadaan tersebut bertentangan dengan indikator utama, dimana manajemen perusahaan seharusnya lebih memperhatikan konteks peningkatan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas. Oleh sebab itu, penelitian ini difokuskan pada tema analisis peranan *service quality* dan *customer satisfaction* sebagai hal utama yang harus dibentuk perusahaan agar pelanggan loyal.

Front One Inn De Laia Malang adalah hotel bintang 2 dengan standar nasional, berada di Jalan Pisang Kipas No.05 Malang dan berdiri sejak 26 Juli 2016. Hotel ini memiliki total 3 lantai dan 21 kamar dengan tiga tipe

yang berbeda, yakni Deluxe Room, Superior Room, dan Suites Room. Front One Inn De Laia Malang terletak di Jl. Pisang Kipas No. 5, Kelurahan Jatimulyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Posisi hotel yang berada di tengah Kota Malang menjadikannya memiliki nilai lebih tersendiri, sebab memiliki akses mudah menuju sejumlah sarana pendidikan, pariwisata, kuliner dan perdagangan.

Dari uraian diatas, peneliti ingin mengetahui apakah *service quality* yang diberikan Front One Inn De Laia Malang sudah dapat memuaskan pelanggan, karena apabila pelanggan puas maka dapat membuat pelanggan menjadi loyal. Atas dasar latar belakang masalah yang tertera diatas, peneliti terdorong agar mengadakan penelitian yang berjudul **“PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI FRONT ONE INN DE LAIA MALANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Atas uraian tersebut, dapat diidentifikasi masalah penelitian berikut ini:

- a. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di Front One Inn De Laia Malang
- b. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* di Front One Inn De Laia Malang
- c. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* di Front One Inn De Laia Malang
- d. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di Front One Inn De Laia Malang

1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Atas dasar latar belakang dan rumusan masalah di atas, dapat diputuskan tujuan penelitian ini ialah:

- a. Guna memahami dan mengkaji pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Front One Inn De Laia Malang
- b. Guna memahami dan mengkaji pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* di Front One Inn De Laia Malang
- c. Guna memahami dan mengkaji pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di Front One Inn De Laia Malang
- d. Guna memahami dan mengkaji pengaruh *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di Front One Inn De Laia Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

- a. Sebagai bahan informasi tambahan yang bisa dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan Front One Inn De Laia Malang selanjutnya.
- b. Sebagai bahan informasi tambahan bagi pembaca yang sedang menjalankan penelitian.
- c. Mempelajari dan mengetahui perilaku pelanggan dengan memperbaiki kualitas pelayanan sehingga pelanggan puas dan loyalitas pelanggan tercapai.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan diatas, bisa disimpulkan bahwa:

- a. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Front One Inn De Laia Malang
- b. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* di Front One Inn De Laia Malang
- c. *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* di Front One Inn De Laia Malang
- d. *Customer satisfaction* berpengaruh sebagai hubungan mediasi antara *service quality* terhadap *customer loyalty* di Front One Inn De Laia Malang

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini ditemukan sejumlah keterbatasan yang peneliti harap bisa ditindaklanjuti peneliti selanjutnya. Diantaranya hanya menguji *service quality* serta *customer satisfaction* sebagai variabel yang mempengaruhi *customer loyalty*. Disamping itu, penelitian hanya dilakukan pada orang yang menginap di Front One Inn De Laia Malang saja. Sampel yang diteliti pun hanya berkisar selama dua bulan saja, sehingga jumlah sampel kurang dari 100 orang.

5.3 Saran

a. Bagi Perusahaan

Atas dasar kesimpulan yang dihasilkan, dianjurkan Front One Inn De Laia Malang untuk meningkatkan pelatihan dan mempertahankan sikap serta pengetahuan karyawannya. Namun, kesesuaian layanan dengan yang dijanjikan, penanganan, kecepatan dan kesiapan dalam menangani keluhan dinilai rendah oleh pelanggan. Meskipun keluhan adalah bentuk dari rasa tidak senang pelanggan terhadap pelayanan, hal tersebut dapat membantu Front One Inn De Laia Malang untuk belajar dari kesalahan. Segala faktor tersebut harus diperhatikan dan dipersiapkan dengan baik agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang menjadi lebih baik lagi, pelanggan juga merasa senang dan puas akan pelayanannya. Oleh karenanya diharapkan Front One Inn De Laia Malang untuk mengatur strategi dan solusi lebih baik lagi dengan cara melakukan evaluasi kinerja karyawan dengan keluhan tamu secara berkala agar pelanggan tertarik untuk menginap kembali.

b. Bagi Peneliti Berikutnya

1. Demi memperkuat gagasan, variabel bisa diperluas seperti variabel harga, citra perusahaan, dsb.
2. Memperluas lokasi dengan mengimbuhkan hotel lain dalam penelitian yang menggunakan nama Front One Inn di Kota Malang.
3. Demi hasil riset yang lebih baik, item pertanyaan dapat diperluas.
4. Menggunakan jumlah sampel dari jumlah populasi lebih dari jangka dua bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Arminanti, D. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KANTOR CABANG SEMARANG).
- Amperawati, E. D. (2021). *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel Di Industri Hospitalitas: Penerbit Selaras Media Kreasindo*. Diandra Kreatif.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chabachib, M., & Abdurrahman, M. I. (2020). *Buku Monograf: DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. UPT UNDIP Press.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV. IRDH.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif : Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widyagama Press.

- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. Hira Tech.
- Dharma, S., Jadmiko, P., & Azliyanti, E. (2020). *APLIKASI SPSS DALAM ANALISIS MULTIVARIATES*. LPPM Universitas Bung Hatta.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A. G. S., Zonyfar, C., Nuraini, R., Purnia, D. S., Setyawati, I., Evi, T., Dian, S., Permana, S. D. H., & Sumartiningsih, M. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. CV. Pena Persada.
- Hermanto, H. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE – Yogyakarta.
- Isdarmanto. (2018). *BUKU AJAR HOTEL INTRODUCTION*. Yogyakarta – Indonesia.
- Kamal, M., Marwazi, M., & Ritonga, A. H. (2021). *Strategi Mencapai Loyalitas Pelanggan Madrasah*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI).
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Selo Lahat. *Jurnal media wahana ekonomika*, 17(4), 329-339.

Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan : (Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan*. Deepublish.

Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*. 1(2).

Mardjuki, B., Pradiani, T., & Fathorrahman, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada V10 Optical Clinic Harapan Indah Bekasi. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1), 517-538.

Muhyi, M., Hartono, Budiyono, S. C., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, A. Q., Astutik, E. P., & Fitriatien, S. R. (2018). *Metodologi Penelitian*. Adi Buana University Press.

Neliwati, S. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek)*. CV. Widya Puspita, Medan.

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Rahayu, S. (2019). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. CV. Anugrah Jaya.

Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Pustaka Ilmu Yogyakarta.

Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *Manajemen dan Bisnis*, 1(1).

Saat, S., & Mania, S. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula*. Pusaka Almaida.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.

Sektiyaningsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra dan Loyalitas Pasien Pada Unit Rawat Jalan RSUD Mampang Prapatan Jakarta Selatan. *Journal of business studies*, 4(1), 17-29.

Sigit Hermawan, S. E., & Amirullah, S. E. (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Umsida Press.

Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Untari, D. T. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. CV. Pena Persada.

Wardi, Y. (2016). *Pemasaran Jasa: Realita di Indonesia*. Sukabina Press.

www.bps.go.id

www.jatim.bps.go.id

Zahara, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.

