



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil topik yang mengenai pengaruh kualitas pelayanan (bentuk fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Hotel Gunawangsa, yang berlokasi di jalan Menur Pumpungan No 62 Surabaya.

#### 3.2 Pendekatan Penelitian Dan Sumber Data

##### 3.2.1 Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian terdapat dua jenis pendekatan yang bisa digunakan yaitu :

1. Data Kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Data yang dipaparkan dalam metode ini adalah berbentuk angka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan merumuskan hipotesa yang selanjutnya dilakukan statistik untuk menerima atau menolak hipotesa.
2. Data Kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif seperti wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, rekaman, video dan lain-lain.



### 3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Data primer adalah data yang diambil dan diolah dari sumber data secara langsung yaitu data yang diambil dari konsumen hotel. Dimana data primer ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan memahami gambaran umum dan mengidentifikasi permasalahan dan hasil kuisioner dapat kepada subjek penelitian untuk mendapatkan data yang digunakan untuk menguji hipotesis.
2. Data sekunder adalah data yang dipergunakan peneliti dimana data tersebut diperoleh dari Hotel atau data yang sudah dipublikasikan oleh instansi-instansinya.

### 3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014 : 96) mengatakan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah :

#### 3.3.1 Variabel Eksogen atau variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang diproksi sebagai berikut :



- X1 = Bukti Fisik
- X2 = Keandalan
- X3 = Ketanggapan
- X4 = Jaminan
- X5 = Empati

### 3.3.2 Variabel Endogen atau variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel terikat sebagai berikut :

- Y1 = Kepuasan Pelanggan
- Y2 = Loyalitas Pelanggan

## 3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukurannya

### 3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian. Berikut indikator-indikator dari variabel bebas dan variabel terikat.

#### 1. *Tangible*, atau bukti fisik (X1)

Yaitu kemampuan suatu hotel dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pihak eksternal menurut Parasuraman dalam Kotler (2002:499).

Indikator :

- a. Ruang tunggu nyaman
- b. Fasilitas yang memadai



c. Kebersihan dan kerapihan penampilan karyawan Hotel Gunawangsa

2. *Reliability*, atau keandalan (X2)

Yaitu kemampuan hotel untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya menurut Parasuraman dalam Kotler (2002:499).

Indikator :

- a. Kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan
- b. Ketepatan dalam melayani pelanggan
- c. Kehandalan karyawan dalam menangani masalah dan keluhan pelanggan

3. *Responsiveness*, atau ketanggapan (X3)

Yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan menurut Parasuraman dalam Kotler (2002:499).

Indikator :

- a. Cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan
- b. Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan
- c. Meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan pelanggan

4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian (X4)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para karyawan hotel guna menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan terhadap hotel menurut Parasuraman dalam Kotler (2002:499).

Indikator :

- a. Karyawan yang berpengalaman, ramah, dan sopan santun
- b. Karyawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan



- c. Karyawan dapat memberikan informasi yang jelas
- d. Bertanggung jawab terhadap keamanan dan *save deposit*

5. *Empathy*, empati (X5)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat *individual* atau pribadi yang diberikan pada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan menurut Parasuraman dalam Kotler (2002:499).

Indikator :

- a. Karyawan memahami kebutuhan pelanggan Hotel Gunawangsa
- b. Kepedulian karyawan dalam menerima keluhan pelanggan
- c. Hotel Gunawangsa memberikan pelayanan yang adil pada pelanggan

6. Kepuasan pelanggan (Y1)

Yaitu penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan serta timbulnya perasaan puas atau tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Indikator :

- a. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan
- b. Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan
- c. Kesesuaian harga kamar dengan fasilitas yang didapat

7. Loyalitas pelanggan (Y2)

Yaitu kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada suatu hotel dalam jangka panjang dengan membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang, serta dengan sukarela merekomendasikan barang atau jasa hotel tersebut kepada teman dan kerabat menurut Griffin (2005:31).



Indikator :

- a. Merekomendasikan Hotel Gunawangsa kepada keluarga, kerabat dll.
- b. Hotel Gunawangsa menjadi prioritas utama
- c. Melakukan kunjungan ulang

### 3.4.2 Skala Pengukuran Data

Peneliti menggunakan skala *likert* didalam melakukan pengukuran variabelnya. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang diukur akan dijelaskan menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap item indikator mempunyai interval dan skornya seperti Sangat Tidak Setuju dengan skor nilai 1, Tidak Setuju dengan skor nilai 2, Cukup Setuju dengan skor nilai 3, Setuju dengan skor nilai 4 dan Sangat Setuju dengan skor nilai 5.

## 3.5 Populasi Dan Sampel

### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah objek penelitian sebagai sarana untuk mendapatkan dan mengumpulkan data, populasi menurut Sukardi (2008:53) yaitu “Adalah sebuah anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa atau benda yang



tinggal bersama dalam suatu tempat dan secara terencana menjadi target kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian.” Sedangkan menurut Sugiono (2010:117) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

### 3.5.2 Sampel

Menurut Ferdinand (2006:223-225) “Sampel adalah himpunan bagian (subset) dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Hotel Gunawangsa Manyar, sedangkan menurut Rahayu (2005:46) menyatakan bahwa besarnya sampel minimum untuk sebuah penelitian sebanyak 100 responden. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sampel sebesar 100 responden. Responden tersebut ialah pelanggan atau tamu yang pernah menginap minimal 2 kali di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *non probability sampling*, dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel menurut Sugiyono (2011:84). Metode pengambilan



sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*, dimana peneliti dapat memberikan sampel kepada responden berdasarkan pertimbangan tertentu.

Kriteria responden yang akan mengisi lembar kuesioner, antara lain :

- a. Responden yang berusia 17 tahun keatas
- b. Intensitas responden dalam menginap di Hotel Gunawangsa, minimal 2 kali menginap di Hotel Gunawangsa Manyar.

### 3.6 Metode Dan Teknik Analisis Data

Metode survey adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau data yang sudah diolah. Ada beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :



a. Wawancara (*interview*)

Sugiyono (2011:137-138) mengatakan bahwa Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

b. Angket (*kuesioner*)

Sugiyono (2011:142) *Kuesioner* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. *Kuesioner* merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden.

c. Pengamatan (*observasi*)

Sugiyono (2011:145) *Observasi* sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Wawancara dan *kuesioner* selalu berkomunikasi dengan orang, maka *observasi* tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan *observasi* digunakan apabila



penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam.

### **3.6.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas**

#### **3.6.1.1 Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kuisisioner dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,05.

#### **3.6.1.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil yang sama dalam kondisi yang sama. Syarat suatu alat ukur menunjukkan kehandalan yang semakin tinggi adalah apabila koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) yang mendekati angka satu. Apabila koefisien alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0.6 maka alat ukur dianggap handal menurut Ghazali (2011: 42).



### 3.6.2 Teknik Analisis Data

#### 3.6.2.1 Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi menurut Sugiyono (2014:238). Statistik deskriptif digunakan bila peneliti mendeskripsikan data sampel, tidak membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil.

#### 3.6.2.2 Statistik Inferensial

Statistik inferensial adalah teknik analisis data untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik inferensial ini digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara random menurut Sugiyono (2014:240).

Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode statistika yang didukung perangkat lunak komputer yaitu program SmartPLS versi 3.2.1m3. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang *powerfull* karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran *sample* tidak harus besar. Selain dapat digunakan sebagai konfirmasi teori, *Partial*



*Least Square* (PLS) dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten menurut Ghozali (2011:18).

### 3.6.2.2.1 Pengukuran Model (*Outer Model*)

Pengukuran model digunakan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper dan Schindler dalam Jogiyanto dan Abdillah 2009). Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrument penelitian. Di dalam pengukuran model terdapat 3 tahap yang dilakukan, antara lain:

1. *Convergent validity* dari measurement model dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh outer loading dimensi variabel memiliki nilai loading  $> 0,5$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen menurut Hartono dan Abdillah (2014:61).
2. *Discriminant Validity* adalah Pengukuran indikator refleksif berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya. Apabila nilai *cross loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dikatakan valid. Metode lain dengan membandingkan nilai *square root of average variance*



*extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika AVE konstruk lebih besar dari korelasi dengan seluruh konstruk lainnya maka dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

3. *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk dan lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Hartono dan Abdillah, 2014:62). *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima menurut Hartono dan Abdillah (2014:62).

#### 3.6.2.2.2 Model Struktural atau *inner model*

Model struktural (*Inner model*) dievaluasi dengan melihat persentase varians yang dijelaskan yaitu dengan melihat  $R^2$  untuk konstruk laten endogen, Stone Geisser Q Square test dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. *Goodness of fit model* diukur menggunakan *R-square* variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi; *Q-square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai  $Q\text{-square} > 0$  menunjukkan model memiliki *predictive relevance*; sebaliknya jika nilai  $Q\text{-square} \leq 0$  menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Perhitungan *Q-square* dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2)$$



### 3.6.2.2.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode resampling bootstrap yang dikembangkan oleh Geisser dan Stone. Statistik yang digunakan adalah statistik  $t$  atau uji  $t$ . penerapan metode *resampling*, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar. pengujian dilakukan dengan *t-test*, dan taraf kesalahan = 5% maka  $t$  tabel pada uji dua pihak = 1,96 menurut Ghozali (2015) . Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai  $t$  tabel lebih besar daripada  $t$  hitung maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
2. Jika nilai  $t$  tabel lebih kecil daripada  $t$  hitung maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.

**Tabel 3.2**

#### **Kriteria Penilaian PLS**

<b>Kriteria</b>	<b>Penjelasan</b>
Evaluasi Model Struktural	
$R^2$ untuk variabel laten terikat	Hasil $R^2$ sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten terikat dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah”
Estimasi koefisien jalur	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikan ini dapat diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .



$f^2$ untuk <i>effect size</i>	Nilai $f^2$ sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat <i>structural</i>
Relevansi Prediksi ( $Q^2$ & $q^2$ )	Prosedur <i>blindfolding</i> digunakan untuk menghitung : $Q^2 = 1 - \frac{nE}{nO}$ D adalah <i>omission distance</i> , E adalah <i>sum of squares of prediction errors</i> dan O adalah <i>sum of squares of observation</i> . Nilai $Q^2$ diatas nol memberikan bukti bahwa model memberikan <i>predictive relevance</i> ( $Q^2$ ) dibawah nol mengindikasikan model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> . Dalam kaitannya dengan $f^2$ dampak <i>relative model structural</i> terhadap pengukuran variabel laten dapat dinilai dengan
Evaluasi Model Pengukuran Refleksif	$q^2 = \frac{Q^2_{include} - Q^2_{excluded}}{1 - Q^2_{included}}$
<i>Loading factor</i>	Nilai <i>Loading factor</i> harus diatas 0,70
<i>Composite Reability</i>	<i>Composite reability</i> mengukur internal <i>consistency</i> dan nilainya harus diatas 0,60
AVE	Nilai AVE harus diatas 0,50
Validitas Disriminan	Nilai AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.
<i>Cross Loading</i>	Merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap indikator memiliki <i>loading</i> lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibanding dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Sumber : Ghozali (2008:27) dalam Firmansyah (2014)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

##### 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Sahid Gunawangsa merupakan hotel bintang tiga yang didirikan pada tahun 2012 dan beroperasi mulai tanggal 18 Mei 2013 di Surabaya. Hotel Sahid Gunawangsa merupakan hotel yang berada didalam manajemen HSJI (Hotel Sahid Jaya Internasional Tbk) yang didirikan oleh Prof. Dr. Sukamdani Sahid Gitosardjono. Hotel Sahid Gunawangsa berada pada lokasi yang cukup strategis yaitu di Jalan Menur Pumpungan No.62 Surabaya. Hotel Sahid Gunawangsa memiliki akses lokasi yang dekat dengan terminal bratang, pusat perbelanjaan seperti Galaxi Mall, rumah sakit seperti Rumah Sakit Asrama Haji, Rumah sakit Putri dan beberapa klinik kesehatan yang berada dekat dengan hotel, beberapa Universitas seperti STIESIA, UKDC, ISTTS, serta beberapa tempat santai seperti Coffe Toffe diklampis, Circle K, KFC, dan MCD.

Pada tahun 2015, Hotel Sahid Gunawangsa mengalami pergantian *brand* menjadi Hoel Gunawangsa Manyar, dan resmi berada dibawah manajemen Gunawangsa pada awal bulan September 2015. Hotel Gunawangsa Manyar termasuk dalam kategori *condotel* dengan desain



minimalis, nyaman, baik untuk keluarga, perorangan dan group dan juga dirancang khusus untuk para pebisnis dalam melakukan pertemuan. Hotel ini juga memiliki empat (4) tipe kamar yakni *Deluxe Standart*, *Deluxe Bussines King*, *Deluxe Bussines Twin*, dan *Deluxe Bussines Family*. Semua tipe kamar hotel didesain dengan konsep yang nyaman, minimalis dan memiliki gaya modern. Didukung juga fasilitas yang memadai dan lengkap mulai dari *free Wi-Fi*, *welcome drink*, *minibar*, *private safe*, *deposit box*, dan 32' LED TV (memiliki 62 channel), *in spa room*, *gym* dll.

Hotel Sahid Gunawangsa juga menyediakan fasilitas bagi para pembisnis yaitu *Meeting Rroom* yang dapat mengakomodasi dari 20 orang hingga 100 orang, *Function Hall* yang dapat menampung sekitar 120 orang. Selain itu, terdapat *Bougenville Lounge* yang berada dilantai 23 yang berdekatan dengan *Orchid restaurant* yang menghadirkan menu makanan dan minuman yang bervariasi.

### **Berikut informasi mengenai Profil Hotel Gunawangsa Manyar**

Nama Hotel	: Hotel Gunawangsa
Nomor Telepon	: 031 2957272 / 087800077227
Pin BB	: 2A9E2E25
Fax	: 031 2957273
Website	: <a href="http://www.gunawangsa.co.id">www.gunawangsa.co.id</a>
Didirikan	: 2012
Mulai beroperasi	: 18 Mei 2013
Total kamar	: 170



Tipe kamar	:
1. <i>Deluxe Standart</i>	: (42 kamar per lantai @ 6 kamar)
2. <i>Deluxe Bussiness King</i>	: (65 kamar per lantai @ 12 kamar)
3. <i>Deluxe Bussiness Twin</i>	: (39 kamar per lantai @ 7 kamar)
4. <i>Deluxe Bussiness Family</i>	: (24 kamar per lantai @ 4 kamar)
Pajak	: 11%
Biaya Pelayanan	: 10%

#### 4.1.2 Jenis – Jenis Jasa Yang Ditawarkan

termasuk dalam kategori *Hospitality* yang menawarkan berbagai pilihan tipe kamar, *meeting room*, *function hall*, restoran, *Gym* dan fitness . Berikut *price list rate room*:

1. Harga *Published* :
  - a. *Deluxe Standart* : Rp 600.000 ; net / kamar / malam
  - b. *Deluxe Bussines King* : Rp 780.000 ; net / kamar / malam
  - c. *Deluxe Bussines Twin* : Rp 780.000 ; net / kamar / malam
  - d. *Deluxe Bussines Family* : Rp 870.000 ; net / kamar / malam
2. Harga *Walk in ( disc 30 % )* :
  - a. *Deluxe Standart* : Rp 420.000 ; net / kamar / malam
  - b. *Deluxe Bussines King* : Rp 546.000 ; net / kamar / malam
  - c. *Deluxe Bussines Twin* : Rp 546.000 ; net / kamar / malam
  - d. *Deluxe Bussines Family* : Rp 609.000 ; net / kamar / malam



3. Harga Online / Travel ( *disc* 30%+10% ) :

- a. *Deluxe Standart* : Rp 378.000 ; net / kamar / malam
- b. *Deluxe Bussines King* : Rp 491.400 ; net / kamar / malam
- c. *Deluxe Bussines Twin* : Rp 491.400 ; net / kamar / malam
- d. *Deluxe Bussines Family* : Rp 548.100 ; net / kamar / malam

4. Harga member :

- a. Kartu *SILVER disc* 37% dari harga *PUBLISHED*
- b. Kartu *GOLD disc* 40% dari harga *PUBLISHED*
- c. Kartu *PLATUNUM disc* 50% dari harga *PUBLISHED*

Fasilitas -fasilitas yang disediakan Hotel Gunawangsa

a. Fasilitas Hotel

*Bar/Lounge, Bussiness Center, Orchid Restoran Shop, Concierge, Meeting Room, Function Hall, Room Service, Layanan Laundry, Lift, WiFi.*

b. Fasilitas Kamar

*Complimentary mineral water, coffee, sugar, tea and creamer, electric cattle jug, TV LED 32 Inch ( 63 international Channel ), Mini Bar, dressing table, ottoman and sofa, Bed side lamp, Luggage desk, multi line telephone, wash basin and mirror, shower and water heater, slipper and amenities, bath towel, hand towel and face towel.*

- c. Olahraga dan rekreasi : *Gym / Fitness, SPA*
- d. Internet : Akses internet, internet nircable ( gratis )
- e. Tempat parkir : Parkir valet, tempat parkir mobil dan mot

## 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner penelitian kepada pelanggan Hotel Gunawangsa Manyar. Kuisisioner yang disebarakan sebanyak 100 kuisisioner.

### 4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden

#### a. Usia Responden

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Usia Responden**

Usia	Jumlah	Presentase
<17 tahun	10	10
>17 tahun	90	90
Total	100	100

Sumber : Hasil Kuisioner (Diolah, 2016)

Tabel 4.1 diatas diperoleh informasi bahwa usia responden yang kurang dari 17 tahun sebanyak 10 orang atau sebanyak 10%. Sedangkan yang berusia lebih dari 17 tahun sebanyak 90 orang atau sebesar 90%. Hal ini dapat dikatakan bahwa usia dewasa lebih banyak yang berkunjung dan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar dibandingkan dengan usia < 17 tahun. Hal ini dikarenakan banyaknya pelanggan pebisnis dan pelanggan *corporate* yang sudah bekerja sama dengan Hotel Gunawangsa Manyar, seperti *Group Bank Mandiri, BCA, BNI, BTPN*, serta beberapa Tim Olahraga yang menginap, baik dari surabaya, luar kota bahkan luar negeri. Dan hanya sebesar 10 orang yang berusia < 17 tahun, ini dikarenakan pelanggan yang menginap bersama keluarganya.



b. Intensitas menginap

**Tabel 4.2**  
**Klasifikasi Intensitas menginap**

<b>Intensitas menginap</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
>2 kali	88	88
>5 kali	12	12
Total	100	100

Sumber : Hasil Kuisioner (Diolah, 2016)

Tabel 4.2 diatas diperoleh informasi bahwa intensitas menginap responden yang > 2 kali sebanyak 88 orang atau sebanyak 88%. Sedangkan yang menginap > 5 kali sebanyak 12 orang atau sebesar 12%. Hal ini dapat dikatakan bahwa intensitas menginap > 2 sebanyak 88 orang yang lebih banyak menginap di Hotel Gunawangsa Manyar .

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas diujikan kepada 100 responden, sehingga didapatkan  $n=30$  dan  $r \text{ tabel} = 0,196$  dengan tingkat signifikan 0,05. Indikator dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r \text{ tabel}$ . Berikut tabel hasil uji validitas :



**Tabel 4.3**  
**Bukti Fisik**

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Bukti fisik (X1)	X11	0,872	0,196	Valid
	X12	0,902	0,196	Valid
	X13	0,877	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa indikator dari variabel bukti fisik mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua indikator dari variabel bukti fisik dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.4**  
**Keandalan**

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Keandalan (X2)	X21	0,459	0,196	Valid
	X22	0,879	0,196	Valid
	X23	0,913	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa indikator dari variabel keandalan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua indikator dari variabel keandalan dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.5**  
**Ketanggapan**

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Ketanggapan (X3)	X31	0,677	0,196	Valid
	X32	0,906	0,196	Valid
	X33	0,797	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa indikator dari variabel ketanggapan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua indikator dari variabel ketanggapan dapat dinyatakan valid.



**Tabel 4.6**  
**Jaminan**

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Jaminan (X4)	X41	0,948	0,196	Valid
	X42	0,799	0,196	Valid
	X43	0,867	0,196	Valid
	X44	0,930	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa indikator dari variabel jaminan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua indikator dari variabel jaminan dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Empati**

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Empati (X5)	X51	0,889	0,196	Valid
	X52	0,817	0,196	Valid
	X53	0,817	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa indikator dari variabel empati mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua indikator dari variabel empati dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Y11	0,928	0,196	Valid
	Y12	0,960	0,196	Valid
	Y13	0,697	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)



Tabel 4.8 menunjukkan bahwa indikator dari variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga semua indikator dari variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.9**  
**Loyalitas Pelanggan**

Variabel	Indikator	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Loyalitas Pelanggan (Y2)	Y21	0,803	0,196	Valid
	Y22	0,891	0,196	Valid
	Y23	0,479	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa indikator dari variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga semua indikator dari variabel loyalitas pelanggan dapat dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Syarat suatu alat ukur menunjukkan kehandalan yang semakin tinggi adalah apabila *cronbath's alpha* ( $\alpha$ ) yang mendekati angka satu. Apabila nilai *cronbath's alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0.6 maka alat ukur dianggap handal. Berikut tabel skala keandalan yang dapat dijadikan pedoman didalam menentukan keandalan suatu alat ukur.



**Tabel 4.10**  
**Skala Keandalan Cronbath's Alpha**

Nilai Cronbath's Alpha	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Sedikit Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1,00	Sangat Andal

Sumber: Hair et al. (2007:125)

**Tabel 4.11**  
**Uji Reliability**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standard Alpha	Keterangan
X1	0,844	0,6	Reliabel
X2	0,650	0,6	Reliabel
X3	0,698	0,6	Reliabel
X4	0,907	0,6	Reliabel
X5	0,790	0,6	Reliabel
Y1	0,825	0,6	Reliabel
Y2	0,594	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2016)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua nilai variabel dari *cronbath's alpha* lebih besar dari *standard alpha*, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel adalah reliabel.

### 4.3.3 Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif dalam penelitian ini menggunakan statistik rata-rata (*mean*). Statistik rata-rata digunakan untuk menggambarkan nilai dari sebuah variabel yang diteliti pada sekelompok responden tertentu berdasarkan Ferdinand (2006 : 290) dalam Firmansyah (2014). Untuk mencari nilai kategori seluruh variabel, maka dilakukan dengan menggunakan metode



interval kelas Ferdinand (2006 : 294) dalam Firmansyah (2014) maka berikut adalah aturan kategorinya.

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi adalah 5, nilai terendah adalah 1 dan jumlah kelas adalah 5. Dari rumusan diatas diperoleh nilai interval kelas sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

0,8 merupakan jarak interval kelas pada masing-masing kategori. Nilai rata-rata (*mean*) dimasukkan kedalam rentang skala sesuai dengan tabel interval nilai dan interprestasinya sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Penafsiran Nilai Rata-rata Mean**

Nilai Rata-rata	Kategori
$1,00 < x < 1,80$	Persetujuan sangat rendah ( Sangat Tidak Setuju )
$1,80 < x < 2,60$	Persetujuan Rendah ( Tidak Setuju )
$2,60 < x < 3,40$	Persetujuan Cukup ( Cukup Setuju )
$3,40 < x < 4,20$	Persetujuan Setuju ( Setuju )
$4,20 < x < 5,00$	Persetujuan Sangat Setuju ( Sangat Setuju )

Sumber : Darmadi dkk, dalam Eko Putra, Nandi (2010:53)

Berikut menyajikan tabel statistik deskriptif semua variabel berdasarkan indikatornya.



**Tabel 4.13**  
**Statistik Deskriptif Variabel Bukti Fisik**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
X11	Ruang tunggu nyaman dan bersih	3,98	Setuju
X12	Penampilan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar bersih dan rapi	4,03	Setuju
X13	Fasilitas Hotel Gunawangsa Manyar sangat memadai	3,62	Setuju

Sumber : Data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.13 menunjukkan responden menyetujui bahwa bukti fisik yang ada di Hotel Gunawangsa Manyar memadai. Pada penampilan karyawan mendapatkan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,03 menunjukkan bahwa penampilan karyawan memberikan dampak besar bagi kelangsungan operasional hotel, sehingga membuat pelanggan menjadi nyaman saat berada dihotel.

**Tabel 4.14**  
**Statistik Deskriptif Variabel Keandalan**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
X21	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar sigap dalam melayani pelanggan	4,19	Setuju
X22	Ketepatan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar didalam melayani pelanggan	4,15	Setuju
X23	Pelayanan di Hotel Gunawangsa Manyar dilakukan dengan baik	4,12	Setuju

Sumber : Data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.14 menunjukkan responden menyetujui bahwa keandalan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar dapat diandalkan mengenai pelayanannya. Pada indikator kesiapan karyawan didalam melayani pelanggan mendapat nilai *mean* tertinggi sebesar 4,19, hal ini menunjukkan bahwa karyawan sigap dan tanggap didalam melayani pelanggan.



**Tabel 4.15**  
**Statistik Deskriptif Variabel Ketanggapan**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
X31	Karyawan Hotel cepat dan tanggap didalam melayani keluhan	3,83	Setuju
X32	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar mampu berkomunikasi yang baik dengan pelanggan	4,02	Setuju
X33	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	4,26	Setuju

Sumber : Data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.15 menunjukkan responden menyetujui bahwa ketanggapan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar dapat diandalkan didalam melayani pelanggan. Pada indikator meluangkan waktu untuk menanggapi keluhan pelanggan mendapatkan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan hotel mampu meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan pelanggan.

**Tabel 4.16**  
**Statistik Deskriptif Variabel Jaminan**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
X41	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar memiliki pengalaman, ramah, dan sopan kepada pelanggan	3,93	Setuju
X42	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik	4,09	Setuju
X43	Hotel Gunawangsa Manyar memberikan tanggung jawab terhadap keamanan ( <i>security, save deposit box</i> )	4,05	Setuju
X44	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar mampu memberikan informasi yang jelas	4,04	Setuju

Sumber : Data diolah PLS (2016)



Hasil tabel 4.16 menunjukkan responden menyetujui bahwa jaminan Hotel Gunawangsa Manyar dapat diandalkan. Pada indikator keterampilan dan pengetahuan karyawan mendapatkan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Hotel Gunawangsa Manyar memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik terhadap hotel.

**Tabel 4.17**  
**Statistik Deskriptif Variabel Empati**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
X51	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar memahami kebutuhan pelanggan	3,68	Setuju
X52	Kepedulian Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar dalam menerima keluhan pelanggan	4,12	Setuju
X53	Karyawan Hotel Gunawangsa Manyar memberikan pelayanan yang adil kepada setiap pelanggan	4,18	Setuju

Sumber : data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.17 menunjukkan responden menyetujui bahwa variabel empati karyawan Hotel Gunawangsa Manyar dapat diandalkan. Pada indikator memberikan pelayanan yang adil kepada setiap pelanggan mendapatkan nilai *mean* tertinggi sebesar 4,18. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Hotel Gunawangsa Manyar tidak memilih-milih pelanggan yang berkunjung.



**Tabel 4.18**  
**Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
Y11	Saya puas dengan harga kamar Hotel Gunawangsa Manyar yang diberikan dan sesuai dengan fasilitasnya	3,82	Setuju
Y12	Saya puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Gunawangsa Manyar	4,08	Setuju
Y13	Secara keseluruhan layanan yang diberikan oleh Hotel Gunawangsa Manyar sesuai dengan yang saya inginkan	4,23	Setuju

Sumber : Data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.18 menunjukkan bahwa secara keseluruhan layanan yang diberikan oleh Hotel Gunawangsa Manyar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan bahwa indikator tersebut memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 4,23.

**Tabel 4.19**  
**Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan**

	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
Y21	Saya akan merekomendasikan kepada keluarga, kerabat dll	3,96	Setuju
Y22	Saya mau kembali menginap dan memilih Hotel Gunawangsa Manyar sebagai pilihan menginap	4,01	Setuju
Y23	Saya selalu menyampaikan hal-hal yang positif tentang Hotel Gunawangsa Manyar	4,83	Setuju

Sumber : Data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.19 menunjukkan bahwa responden mau menyampaikan hal-hal positif mengenai Hotel Gunawangsa Manyar kepada kerabat maupun orang lain. Hal ini dapat dibuktikan dengan mendapat nilai *mean* tertinggi diperoleh dari indikator tersebut.



#### 4.3.4 Analisis Inferensial dengan Partial Least Square

Statistik inferensial (*statistic induktif atau statistic probabilitas*), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi menurut Sugiyono (2013:207). Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data statistik inferensial diukur dengan menggunakan software SmartPLS mulai dari pengukuran model (*outer model*), struktur model (*inner model*) dan pengujian hipotesis.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dilakukan analisis dengan menggunakan *Partial Least Square* dikarenakan uji asumsi klasiknya tidak memenuhi atau data tidak normal sehingga pada saat di diolah dengan menggunakan SPSS 22 tidak memenuhi asumsi normalitas.

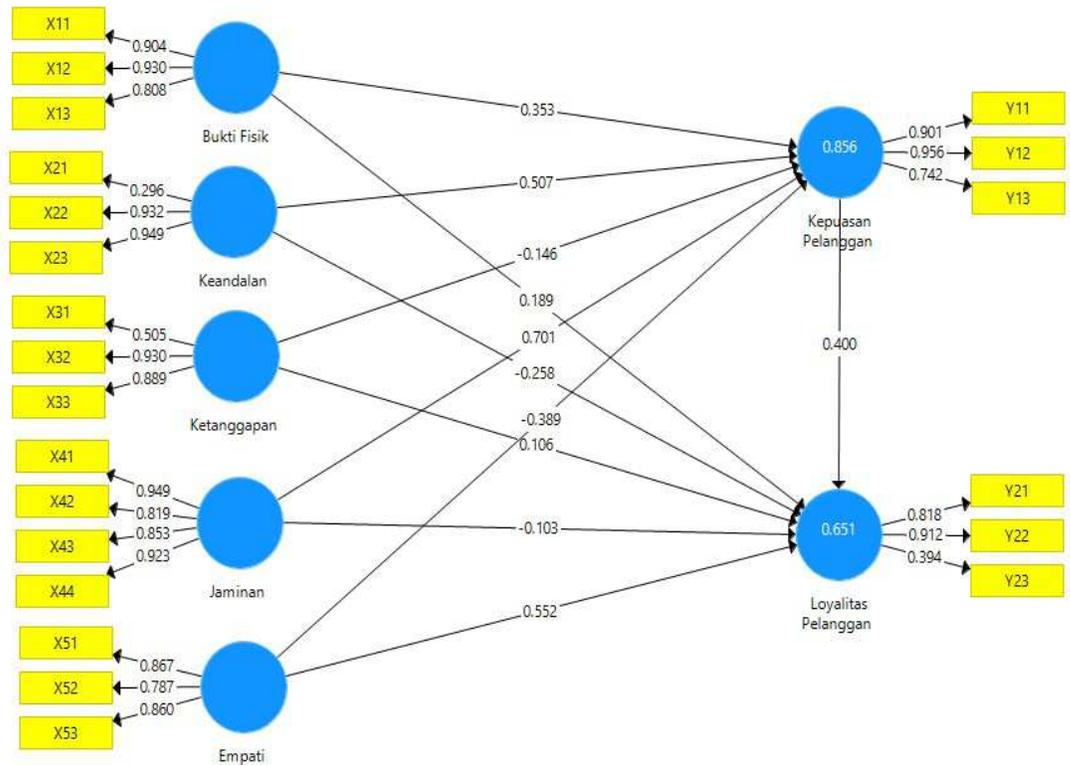
##### 4.3.4.1 Pengukuran Model atau *outer model*

Pengukuran model digunakan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper dan Schindler dalam Jogiyanto dan Abdillah 2009). Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrument penelitian. Di dalam pengukuran model terdapat 3 tahap yang dilakukan, antara lain:



1. *Convergent validity* dari measurement model dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh outer loading dimensi variabel memiliki nilai loading  $> 0,5$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen menurut Hartono dan Abdillah (2014:61).

**Gambar 4.1**  
**Diagram PLS**



Sumber : Data diolah PLS (2016)

Dari diagram 4.1 terlihat bahwa terdapat dua indikator yang tidak memenuhi kriteria sehingga indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Indikator yang tidak valid tersebut yaitu X21 sebesar 0,296 dan Y23 sebesar



0,394, kedua indikator tersebut mempunyai nilai kurang dari 0,5. Kedua indikator yang tidak valid akan dihapuskan untuk mendapat nilai *faktor loading* > 0,5 untuk memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

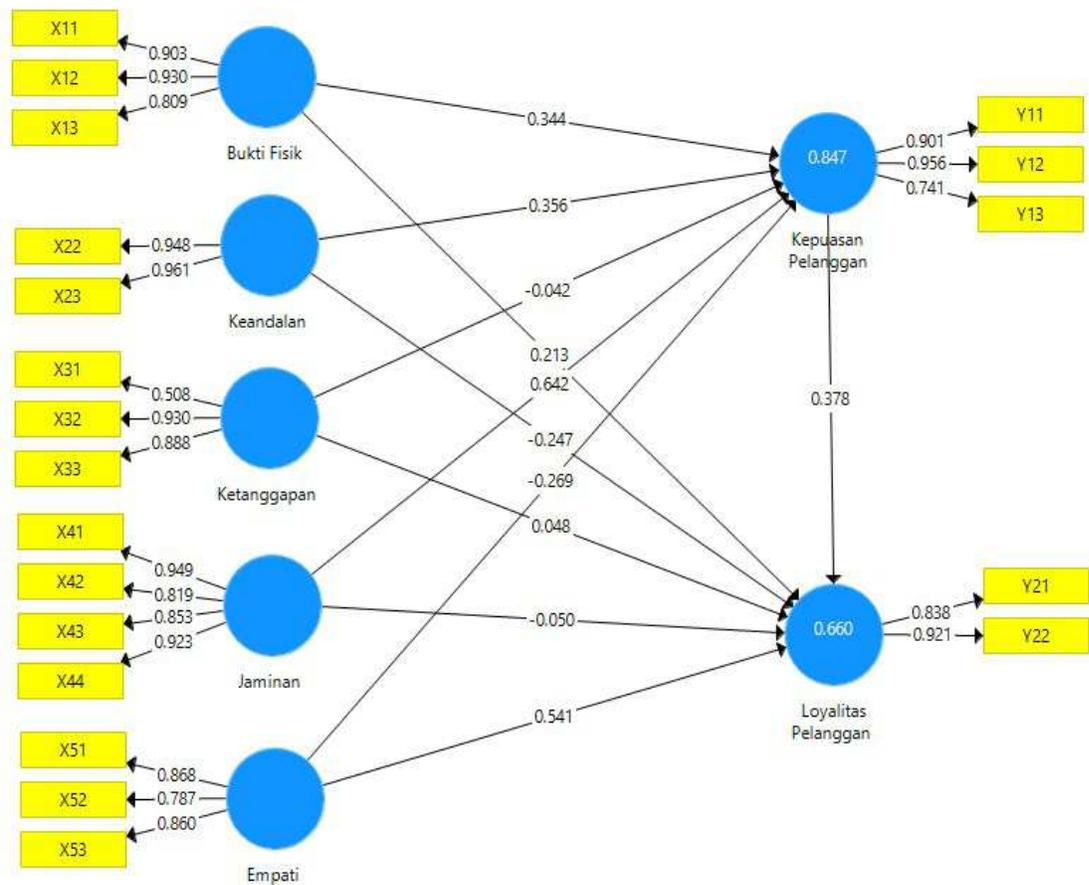
**Tabel 4.20**  
**Convergent Validity**

Indikator	Nilai Loading Faktor	Convergent Validity	Keterangan
Bukti Fisik			
X11	0,5	0,904	Valid
X12	0,5	0,930	Valid
X13	0,5	0,808	Valid
Keandalan			
X21	0,5	0,296	Tidak Valid
X22	0,5	0,932	Valid
X23	0,5	0,949	Valid
Ketanggapan			
X31	0,5	0,505	Valid
X32	0,5	0,930	Valid
X33	0,5	0,889	Valid
Jaminan			
X41	0,5	0,949	Valid
X42	0,5	0,819	Valid
X43	0,5	0,853	Valid
X44	0,5	0,923	Valid
Empati			
X51	0,5	0,867	Valid
X52	0,5	0,787	Valid
X53	0,5	0,860	Valid
Kepuasan Pelanggan			
Y11	0,5	0,901	Valid
Y12	0,5	0,956	Valid
Y13	0,5	0,742	Valid
Loyalitas Pelanggan			
Y21	0,5	0,818	Valid
Y22	0,5	0,912	Valid
Y23	0,5	0,394	Tidak Valid

Sumber : Data diolah PLS (2016)



Gambar 4.2  
Diagram PLS



Sumber : Data diolah PLS (2016)

Dari diagram 4.2 menunjukkan bahwa semua indikator memenuhi kriteria karena nilai diatas dari 0,5 sehingga dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.



**Tabel 4.21**  
**Convergent Validity Re Estimasi**

Indikator	Nilai Loading Faktor	Convergent Validity	Keterangan
Bukti Fisik			
X11	0,5	0,903	Valid
X12	0,5	0,930	Valid
X13	0,5	0,809	Valid
Keandalan			
X22	0,5	0,948	Valid
X23	0,5	0,961	Valid
Ketanggapan			
X31	0,5	0,508	Valid
X32	0,5	0,930	Valid
X33	0,5	0,888	Valid
Jaminan			
X41	0,5	0,949	Valid
X42	0,5	0,819	Valid
X43	0,5	0,853	Valid
X44	0,5	0,923	Valid
Empati			
X51	0,5	0,868	Valid
X52	0,5	0,787	Valid
X53	0,5	0,860	Valid
Kepuasan Pelanggan			
Y11	0,5	0,901	Valid
Y12	0,5	0,956	Valid
Y13	0,5	0,742	Valid
Loyalitas Pelanggan			
Y21	0,5	0,818	Valid
Y22	0,5	0,921	Valid

Sumber : Data diolah PLS (2016)

2. *Discriminant Validity* adalah Pengukuran indikator refleksif berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya. Apabila nilai *cross loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dikatakan valid. Metode lain dengan membandingkan nilai *square root of average variance*



*extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika AVE konstruk lebih besar dari korelasi dengan seluruh konstruk lainnya maka dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

**Tabel 4.22**  
**Discriminant Validity**

Konstruk	AVE	Disc Validity	Keterangan
Bukti Fisik	0,799	0,882	Valid
Keandalan	0,911	0,955	Valid
Ketanggapan	0,637	0,798	Valid
Jaminan	0,788	0,888	Valid
Empati	0,704	0,839	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,759	0,871	Valid
Loyalitas Pelanggan	0,775	0,880	Valid

Sumber : data diolah PLS (2016)

Hasil dari tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai *Discriminat Validity* lebih besar dari nilai AVE, sehingga dapat dikatakan variabel tersebut memiliki *Discriminat Validity* yang baik dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

3. *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk dan lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk menurut Hartono dan Abdillah (2014:62). *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima menurut Hartono dan Abdillah (2014:62).



**Tabel 4.23**  
**Composite Reliability**

Konstruk	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Bukti Fisik	0,913	0,60	Reliabel
Keandalan	0,954	0,60	Reliabel
Ketanggapan	0,832	0,60	Reliabel
Jaminan	0,937	0,60	Reliabel
Empati	0,877	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,903	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,873	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.22 Composite Reliability menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari *Cronbach's alpha* sebesar 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian reliabel.

#### 4.3.4.2 Model Struktural atau *inner model*

Model struktural (*Inner model*) dievaluasi dengan melihat persentase varians yang dijelaskan yaitu dengan melihat  $R^2$  untuk konstruk laten endogen, Stone Geisser Q Square test dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. *Goodness of fit model* diukur menggunakan *R-square* variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi; *Q-square predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai  $Q\text{-square} > 0$  menunjukkan model memiliki *predictive relevance*; sebaliknya



jika nilai  $Q\text{-square} \leq 0$  menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Perhitungan  $Q\text{-square}$  dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

**Tabel 4.24**  
**R-square**

	R-square
Kepuasan Pelanggan	0,847
Loyalitas Pelanggan	0,660

Sumber : data diolah PLS (2016)

Hasil tabel 4.23 menunjukkan nilai *R-square* variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,847 dan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,660. Semakin tinggi nilai *R-square* maka semakin besar kemampuan variabel eksogen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen sehingga semakin baik persamaan struktural.

$$Q\text{-square} = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

$$Q\text{-square} = 1 - (1 - (0,847)^2)(1 - (0,660)^2)$$

$$= 1 - (1 - 0,92)(1 - 0,81)$$

$$= 1 - (0,08)(0,187)$$

$$= 1 - 0,015$$

$$= 0,985$$

Nilai  $Q\text{-square}$  0,985 menunjukkan bahwa lebih dari nol sehingga dapat dikatakan model memiliki *predictive relevance*.



#### 4.3.4.3 Pengujian Hipotesis

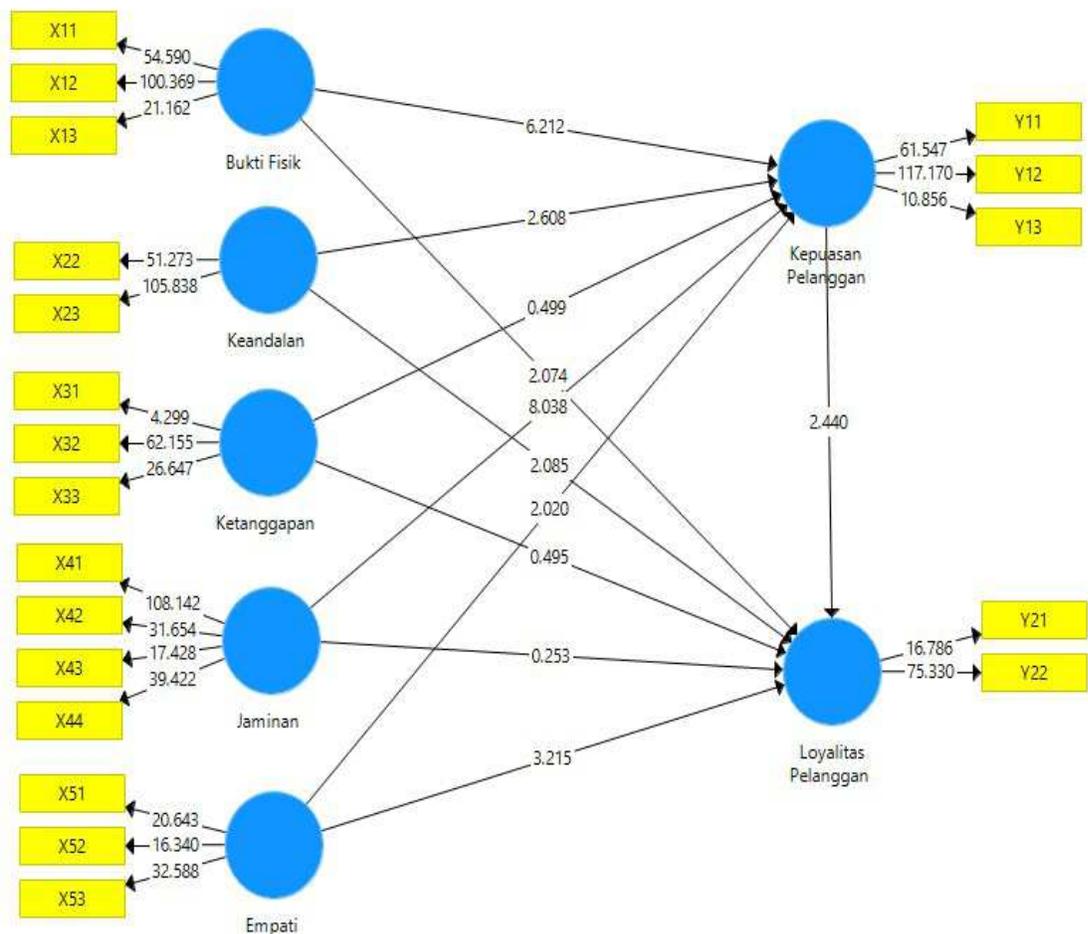
menjelaskan bahwa ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai t-table dan t-statistic. Hipotesis terdukung atau diterima apabila t-statistic lebih tinggi dibandingkan nilai t-table atau dapat juga dengan membandingkan p-value dengan nilai  $\alpha$  yang dipergunakan. Analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SmartPLS versi 3.2.1m3. Pengujian hipotesis berdasarkan analisis *structural model*, tingkat signifikan *path coefficient* yang didapat dari nilai t dan nilai *standardized path coefficient*. Batas nilai pengujian hipotesis adalah :

1. Nilai t statistik  $>$  t tabel ( $>$  1,96)
2. Nilai *standardized path coefficient* (p)  $>$  0,05

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



**Gambar 4.3**  
**Diagram Bootstrapping**



Sumber : Data diolah PLS (2016)



**Tabel 4.25**  
**Pengujian Hipotesis**

	<b>Original Sample Estimate</b>	<b>T Statistik</b>	<b>Keterangan</b>
Bukti Fisik — Kepuasan Pelanggan	0,344	6,212	Signifikan
Bukti Fisik — Loyalitas Pelanggan	0,213	2,074	Signifikan
Keandalan — Kepuasan Pelanggan	0,356	2,608	Signifikan
Keandalan — Loyalitas Pelanggan	-2,47	2,086	Signifikan
Ketanggapan — Kepuasan Pelanggan	-0,042	0,499	Tidak Signifikan
Ketanggapan — Loyalitas Pelanggan	0,048	0,495	Tidak Signifikan
Jaminan — Kepuasan Pelanggan	0,642	8,038	Signifikan
Jaminan — Loyalitas Pelanggan	-0,050	0,253	Tidak Signifikan
Empati — Kepuasan Pelanggan	-0,269	2,020	Signifikan
Empati — Loyalitas Pelanggan	0,541	3,215	Signifikan
Kepuasan Pelanggan — Loyalitas Pelanggan	0,378	2,440	Signifikan

Sumber : Data diolah PLS (2016)

Berdasarkan pengujian hipotesis yang terdapat pada tabel 4.24 dapat disimpulkan bahwa :

1. Bukti Fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 6,212 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,344. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 1 diterima.



2. Keandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,608 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,356. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 2 diterima.
3. Ketanggapan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 0,499 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar -0,042. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 3 ditolak.
4. Jaminan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 8,038 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,642. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 4 diterima.
5. Empati mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,020 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar - 0,269. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 5 diterima.
6. Bukti Fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,074 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,213. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 6 diterima.
7. Keandalan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,085 dengan



nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar -0,247. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 7 diterima.

8. Ketanggapan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 0,495 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,048. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 8 ditolak.
9. Jaminan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 0,253 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar - 0,050. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 9 ditolak.
10. Empati mempunyai pengaruh positif dan signifikan Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 3,215 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,541. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 10 diterima.
11. Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,440 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,378. Hal ini dinyatakan bahwa Hipotesis 11 diterima.



## 4.4 Pembahasan

### 4.4.1 Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Bukti Fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,344 dan nilai t statistik sebesar 6,212. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik yang ada di Hotel Gunawangsa Manyar mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti penampilan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar yang memiliki nilai rata-rata tertinggi jika dilihat pada tabel 4.13. Hasil ini juga mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Maria Josephine Tyra (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah makan Kety Resto” yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 4.4.2 Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Keandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,356 dan nilai t statistik sebesar 2,608. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan karyawan didalam melayani pelanggan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan sehingga membuat pelanggan menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan, seperti pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa karyawan Hotel Gunawangsa Manyar sigap dalam melayani pelanggan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi. Hasil ini juga



mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Maria Josephine Tyra (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah makan Kety Resto” yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.4.3 Pengaruh Ketanggapan terhadap Kepuasan Pelanggan

Ketanggapan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar -0,042 dan nilai t statistik sebesar 0,499. Hal ini menunjukkan bahwa semakin karyawan memberikan waktu luang untuk pelanggan belum tentu pelanggan akan puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini disebabkan karena kebanyakan pelanggan tidak mau berlama-lama berkomunikasi dengan karyawan untuk membahas suatu keluhan. Hasil ini tidak mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Maria Josephine Tyra (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah makan Kety Resto” yang menyatakan bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.4.4 Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Jaminan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,642 dan nilai t statistik sebesar 8,038. Hal ini menunjukkan



bahwa semakin baik layanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin puas terhadap produk yang diberikan. Seperti pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa jaminan berupa pengetahuan yang baik serta memiliki keterampilan yang diberikan oleh karyawan Hotel Gunawangsa Manyar kepada pelanggan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini juga mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Maria Josephine Tyra (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah makan Kety Resto” yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.4.5 Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Empati mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar  $-0,269$  dan nilai t statistik sebesar  $2.020$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin karyawan memberikan pelayanan yang adil kepada setiap pelanggan belum tentu setiap pelanggan akan merasa puas dengan layanan tersebut, karena pelanggan terdiri dari berbagai sifat dan karakter yang tidak bisa disamakan atau disatukan. Hasil ini juga mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Maria Josephine Tyra (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah makan Kety Resto” yang menyatakan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



#### 4.4.6 Pengaruh Bukti Fisik terhadap Loyalitas Pelanggan

Bukti Fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,074 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,213. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik bukti fisik yang diberikan seperti ruang tunggu yang nyaman dan bersih, penampilan karyawan bersih dan rapi serta fasilitas Hotel Gunawangsa Manyar yang memadai dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini juga mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya” yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4.4.7 Pengaruh Keandalan terhadap Loyalitas Pelanggan

Keandalan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar -0,247 dan nilai t statistik sebesar 2,085. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sigap karyawan didalam melayani pelanggan belum tentu pelanggan akan merasa loyal terhadap hotel tersebut. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa bahwa kesigapan ataupun ketanggapan yang diberikan oleh karyawan Hotel Gunawangsa Manyar merupakan hal wajib dan dianggap sudah biasa dilakukan bagi mereka dan menjadi hak pelanggan untuk mendapatkan pelayanan tersebut. Hasil ini tidak mendukung dari



penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya” yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4.4.8 Pengaruh Ketanggapan terhadap Loyalitas Pelanggan

Ketanggapan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,048 dan nilai t statistik sebesar 0.495. Hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar seperti meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat memberikan pengaruh yang positif tetapi memberikan pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa pelanggan tidak akan cepat memutuskan untuk loyal terhadap hotel tersebut. Hasil ini tidak mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya” yang menyatakan bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4.4.9 Pengaruh Jaminan terhadap Loyalitas Pelanggan

Jaminan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar -0,050 dan nilai t statistik sebesar 0,253. Hal ini



menunjukkan bahwa semakin karyawan ramah, berpengalaman, memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik serta rasa aman dan nyaman yang diberikan oleh pihak Hotel Gunawangsa Manyar tidak memberikan pengaruh apapun terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa semuanya itu sudah menjadi tanggung jawab pihak hotel dan setiap karyawan harus memiliki keterampilan dan pengetahuan akan hotel tersebut, sehingga mengakibatkan pelanggan tidak akan cepat untuk memutuskan loyal akan produk atau jasanya. Hasil ini tidak mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya” yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **4.4.10 Pengaruh Empati terhadap Loyalitas Pelanggan**

Empati mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,541 dan nilai t statistik sebesar 3,215. Hal ini menunjukkan bahwa rasa empati yang diberikan karyawan Hotel Gunawangsa Manyar mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini juga mendukung dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Santoso (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya” yang



menyatakan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4.4.11 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai t statistik sebesar 2,440 dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample Estimate*) sebesar 0,378. Hal ini menunjukkan bahwa semakin puas pelanggan Hotel Gunawangsa Manyar terhadap pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin loyal terhadap produk atau jasa yang diberikan. Seperti pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa secara keseluruhan layanan yang diberikan oleh Hotel Gunawangsa Manyar sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan mendapat nilai rata-rata tertinggi. Faktor inilah yang mendukung terjadinya loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa dari Hotel Gunawangsa Manyar.



**Tabel 4.26**  
**Ringkasan Hasil**  
**Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung**

	Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Keterangan
X1 – Y1	6,212		Signifikan
X2 – Y1	2,608		Signifikan
X3 – Y1	0,499		Tidak Signifikan
X4 – Y1	8,038		Signifikan
X5 – Y1	2,020		Signifikan
X1 – Y2	2,074		Signifikan
X2 – Y2	2,085		Signifikan
X3 – Y2	0,495		Tidak Signifikan
X4 – Y2	0,253		Tidak Signifikan
X5 – Y2	3,215		Signifikan
Y1 – Y2	2,440		Signifikan
X1 – Y1 – Y2		$6,212 \times 2,440 = 15,157$	Signifikan
X2 – Y1 – Y2		$2,608 \times 2,440 = 6,363$	Signifikan
X3 – Y1 – Y2		$0,499 \times 2,440 = 1,217$	Tidak Signifikan
X4 – Y1 – Y2		$8,038 \times 2,440 = 19,613$	Signifikan
X5 – Y1 – Y2		$2,020 \times 2,440 = 4,929$	Signifikan

Sumber : Data Pengolah



#### **4.4.12 Kepuasan pelanggan memediasi secara positif dan signifikan bukti fisik terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan secara positif dan signifikan memediasi bukti fisik terhadap Loyalitas Pelanggan yang dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung yang diperoleh melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 15,157 yang didapatkan dari  $X1 - Y1 - Y2$  ( $6,212 \times 2,440 = 15,157$ ), hal ini dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pengaruh langsung sebesar 2,074, jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung sebesar  $15,157 > 2,074$ , hal ini disebabkan bahwa pelanggan akan loyal apabila ia merasa puas akan fasilitas yang disediakan.

#### **4.4.13 Kepuasan pelanggan memediasi secara positif dan signifikan keandalan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan memediasi kehandalan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung yang diperoleh melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 6,363 yang didapatkan dari  $X2 - Y1 - Y2$  ( $2,608 \times 2,440 = 6,363$ ), hal ini dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi keandalan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pengaruh langsung sebesar 2,085, jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung sebesar  $6,363 > 2,085$ , hal ini disebabkan bahwa pelanggan akan loyal apabila ia



merasa puas akan pelayanan yang diberikan berupa kesigapan dan ketepatan didalam melayani pelanggan.

#### **4.4.14 Kepuasan pelanggan memediasi secara positif dan signifikan ketanggapan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan tidak memediasi ketanggapan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung yang diperoleh melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 1,217 yang didapatkan dari  $X3 - Y1 - Y2$  ( $0,449 \times 2,440 = 1,217$ ), hal ini dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak memediasi ketanggapan terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan hasil mediasi  $<$  dari hasil pengaruh langsung antara  $Y1 - Y2$  sebesar (2,440).

#### **4.4.15 Kepuasan pelanggan memediasi secara positif dan signifikan jaminan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan secara positif dan signifikan memediasi jaminan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung yang diperoleh melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 19,613 yang didapatkan dari  $X4 - Y1 - Y2$  ( $8,038 \times 2,440 = 19,613$ ), hal ini dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi jaminan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pengaruh langsung sebesar 0,253, jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung sebesar  $19,613 > 0,253$ , hal ini disebabkan bahwa pelanggan akan loyal apabila ia merasa puas



terhadap pelayanan yang diberikan berupa keramahan karyawan, rasa nyaman didalam menginap seperti pihak hotel yang memberikan tanggung jawab terhadap keamanan (*security, save deposit*).

#### **4.16 Kepuasan pelanggan memediasi secara positif dan signifikan empati terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan memediasi empati terhadap Loyalitas Pelanggan yang dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung yang diperoleh melalui variabel kepuasan pelanggan sebesar 4,929 yang didapatkan dari  $X1 - Y1 - Y2$  ( $3,215 \times 2,440 = 4,929$ ), hal ini dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi empati terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pengaruh langsung sebesar 3,215, jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung sebesar  $4,929 > 3,215$ , hal ini disebabkan bahwa pelanggan akan loyal apabila ia merasa puas dikarenakan adanya rasa kepedulian dan pengertian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.