BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian yang berjudul *"Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung"* dapat dijabarkan dalam pembahasan berikut ini :

4.1.1 Karakteristik Responden

Unit analisis dalam penelitian adalah pelanggan Hotel Santika Bandung yang berjumlah 98 orang sebagai sampel penelitian. Untuk mengetahui tanggapan para tamu hotel terhadap implementasi Sistem Informasi reservasi hotel online sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 98 orang responden dari 3375 orang yang menjadi populasi di Hotel Santika Bandung.

Untuk mendapat gambaran tentang responden, berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, penghasilan responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai karakteristik para tamu hotel, tamu yang melakukan kegiatan bisnis di Hotel Santika Bandung

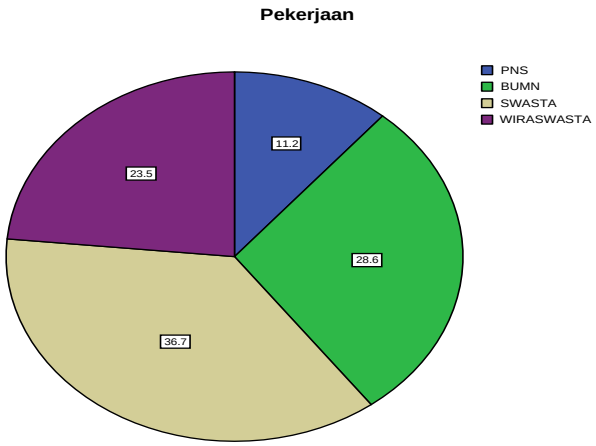
terdiri dari beberapa jenis instansi pekerjaan. Berikut Tabel 4.1 mengenai jenis tamu bisnis dilihat dari jenis pekerjaan.

Tabel 4.1
Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
PNS	11	11,2 %
BUMN	28	28,6 %
Perusahaan Swasta	36	36,7 %
Wiraswasta	23	23,5 %
Jumlah	**98**	**100 %**

Sumber: data pelanggan HSB yang menjadi responden (2011)

Berdasarkan Tabel 4.1 dari 98 responden jenis tamu bisnis yang melakukan kegiatan bisnis di Hotel Santika Bandung terdiri dari 4 jenis, yaitu dari PNS sebanyak 11 responden dengan persentase 11,2 %, dimana melakukan tujuan bisnis seperti seminar, *workshop*, pelatihan dan insentif. BUMN sebesar 28,6 % atau 28 responden melakukan tujuan bisnis seperti *meeting,* pelatihan, *convention* dan seminar. Tamu dari instansi Swasta sebanyak 36 responden dengan persentase 36,7 % melakukan kegiatan bisnis seperti *company auditor*, sertifikasi, *intern meeting*, seminar, *workshop, gathering* dan *client meeting*. Wiraswasta sebanyak 23 responden dengan persentase 23,5 % untuk melakukan tujuan bisnis seperti *sales call*, *meeting client* dan *meeting group.* Dari Tabel 4.1 di atas dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.1 berikut :



Gambar 4.1
Karakteristik responden dilihat dari pekerjaan

Dari Gambar 4.1 semakin terlihat bahwa dari 100 % persentase, mayoritas perusahaan swasta paling banyak menggunakan jasa Hotel Santika Bandung untuk melakukan kegiatan bisnis seperti *company auditor*, sertifikasi, *intern meeting*, seminar, *workshop*, *gathering* dan *client meeting* sebanyak 36,3%. Karena selama ini perusahaan swasta sudah menjalin kerja sama dengan pihak Hotel Santika Bandung.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai karakteristik para tamu hotel berdasarkan jenis kelamin yang diuraikan pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Pria	59	60,2 %
Wanita	39	39,8 %
Jumlah	**98**	**100 %**

Sumber: data pelanggan HSB yang menjadi responden (2011)

Dari tabel 4.2. dapat dilihat dari total 98 orang diperoleh frekuensi responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 59 orang dengan persentase 60,2 % dan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 39 orang dengan persentase 39,8 % Hasil ini menunjukan bahwa jumlah tamu pria yang berkunjung ke Hotel Santika Bandung lebih banyak dibandingkan dengan wanita baik untuk kegiatan berbisnis atau kegiatan lainnya. Mayoritas beralasan bahwa pria lebih produktif dalam bekerja dibandingkan wanita dan bertanggung jawab dalam mencari nafkah untuk keluarganya sebagai kepala keluaga.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai karakteristik para tamu hotel berdasarkan usia yang diuraikan pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
<= 30 tahun	32	32,7 %
31- 40 tahun	52	53,1 %
41-50 tahun	14	14,2 %
Jumlah	**98**	**100 %**

Sumber: data pelanggan HSB yang menjadi responden (2011)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang berusia dibawah 30 tahun berjumlah 32 orang atau sebesar 32,7 %, untuk yang berusia 31- 40 tahun berjumlah 52 tahun atau sebesar 53,1 % dan yang berusia antara 41 – 50 tahun berjumlah 14 orang dengan persentase 14,2 %, jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 31 – 40 tahun. Artinya pada tingkat usia sekitar 31-40 tahun merupakan masa yang matang,

produktif serta berpengalaman dan bersikap profesional dalam melakukan pekerjaannya sehingga diharapkan dapat menggunakan sistem dengan baik.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai karakteristik para tamu hotel berdasarkan Pendidikan yang diuraikan pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase %
SMU	5	5,1 %
Diploma	15	15,3 %
S1	58	59,2 %
S2	19	19,4 %
S3	1	1,0 %
Jumlah	**98**	**100 %**

Sumber: data pelanggan HSB yang menjadi responden (2011)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden yang latar belakang pendidikannya SMU berjumlah 5 orang dengan persentase 5,1 % , Diploma berjumlah 15 orang dengan persentase 15,3 %, S1 berjumlah 58 orang dengan persentase 59,2 % sedangkan S2 berjumlah 19 orang dengan persentase 19,4 % dan S3 berjumlah 1 orang dengan persentase 1,0 % , sehingga dapat disimpulkan bahwa tamu Hotel Santika Bandung lebih banyak yang memiliki latar belakang pendidikan S1 karena mayoritas tamu hotel santika bandung ini bekerja di instansi swasta yang rata-rata perusahaan swasta yang sudah mempunyai nama memiliki kriteria standart pegawai yang akan di pekerjakannya yaitu salah satunya memiliki pendidikan terakhir S1 oleh karena itu tamu hotel santika bandung ini mayoritas memiliki latar belakang pendidikan S1 dengan persentase sebesar 59,2 %.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai karakteristik para tamu hotel berdasarkan Penghasilan yang diuraikan pada tabel 4.5 di bawah ini:

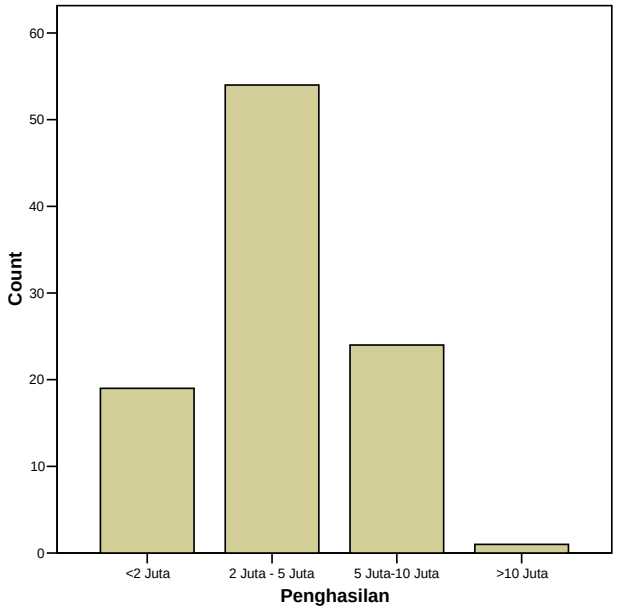
Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase %
<2 Juta	19	19,4 %
2 Juta - 5 Juta	54	55,1 %
5 Juta – 10 Juta	24	24,5 %
< 10 Juta	1	1,0 %
Jumlah	**98**	**100 %**

Sumber: data pelanggan HSB yang menjadi responden (2011)

Dari tabel 4.5 dengan total responden 98 orang yang berpenghasilan <Rp.2.000.000,- sebesar 19,4 % sedangkan yang berpenghasilan antara Rp.2.000.000 – Rp.5.000.000,- sebesar 55,1 %, untuk yang berpenghasilan sekitar Rp.5.000.000 – Rp.10.000.000,- sebesar 24,5% dan yang berpenghasilan > Rp.10.000.000,- sebesar 1,0%, hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden atau para tamu hotel sebagian besar berpenghasilan sekitar Rp.2.000.000 – Rp.5.000.000,- perbulannya karena yang menjadi responden sebagian besar bekerja di perusahaa swasta dengan berlatang belakang pendidikan S1, dan untuk standart S1 di perusahaan swasta yang sudah berpengalaman mempunyai penghasilan sekitar Rp.2.000.000 – Rp.5.000.000,- perbulannya Dari Tabel 4.5 di atas dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.2 berikut :



Gambar 4.2
Karakteristik responden dilihat dari penghasilan

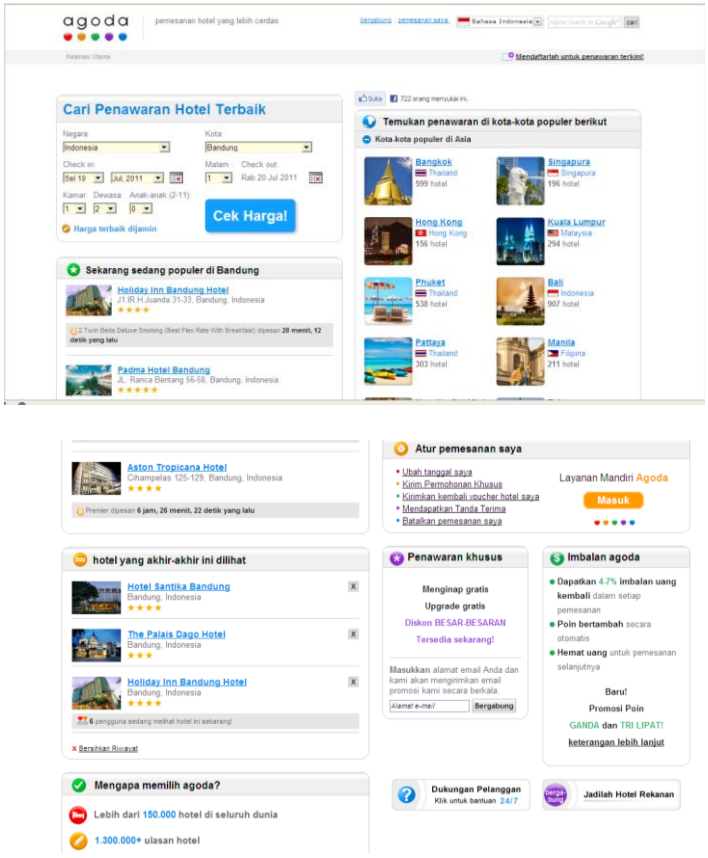
4.1.2 Deskripsi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Yang Sedang Berjalan Di Hotel Santika Bandung

Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Hotel Santika Bandung di buat dengan menggunakan bahasa pemograman HTML dan PHP. Dalam Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Hotel Santika Bandung (Agoda.com) terdapat link-link yang dapat digunakan oleh para pengguna web yaitu untuk melakukan pencarian hotel berdasarkan negara, kota yang akan di tuju selain itu pun pengguna dapat melihat ketersedian kamar, harga pada hotel yang diinginkan dalam masalah disini hotel yang dituju yaitu Hotel Santika Bandung, jika kamar tersedia di Hotel Santika Bandung maka pengguna dapat melakukan pemesanan kamar yang telah dipilih sesuai yang diinginkan, dan pengguna pun dapat melakukan pembayaran kamar yang telah di pesan melalui web dengan mengisi

data lengkap tamu yang telah disediakan dan juga mengisi rincian tagihan yaitu dengan memasukan metode pembayaran dengan menggunakan kartu jenis apa dan data-data yang diperlukan untuk mendukung validitas kartu sesuai peraturan dalam web (agoda.com). selain itu pula pengguna dapat melihat fasilitas yang telah disediakan pihak Hotel Santika Bandung yang dimuat dalam web agoda.com.

4.1.2.1 Tampilan Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Hotel Santika Bandung (Agoda.Com)

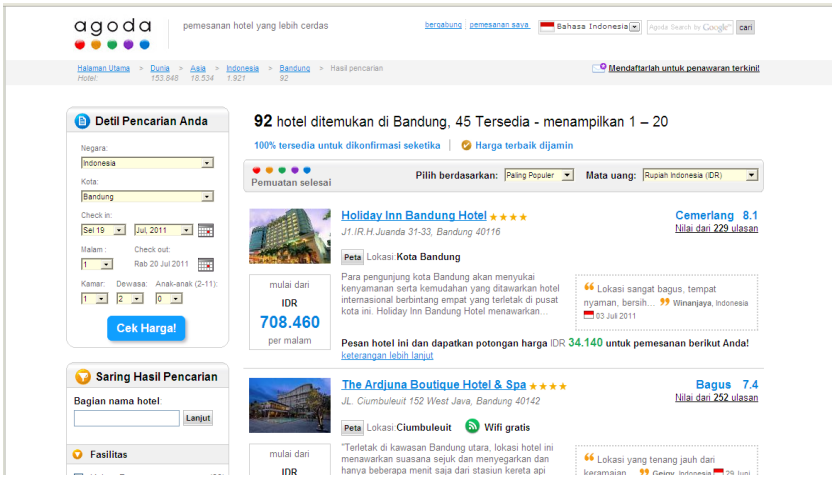
a) Tampilan Awal Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com)



Gambar 4.3
Tampilan Awal Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com)

Pada tampilan awal Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com) biasanya terdapat informasi-informasi secara umum mengenai hotel serta web agoda.com itu sendiri. Pada menu utama kita dapat melihat ada link terkait pencarian hotel terbaik menurut negara dan kota, tentang agoda, hotel, Imbalan, penawaran special serta bantuan 24 jam. Selain itu juga ada link-link terkait lainnya pada menu utama. Juga ada link untuk bergabung menjadi rekanan agoda.com, dimana link ini dimaksudkan bagi para hotel yang ingin bergabung menjadi rekan dalam proses pemesanan kamar.

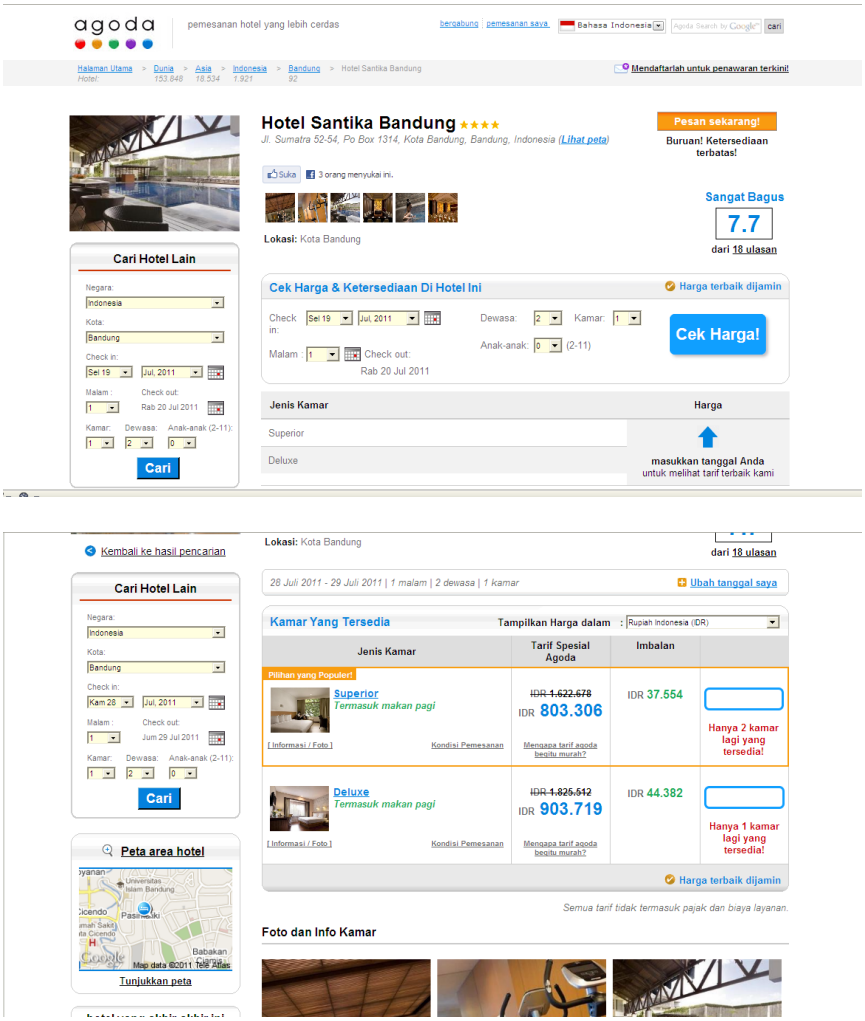
b) Tampilan Pencarian Hotel



Gambar 4.4
Tampilan Pencarian Hotel

Tampilan pada gambar 4.4 adalah tampilan untuk pencarian hotel sesuai negara dan kota yang sudah dipilih oleh pengguna sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com). Didalamnya terdapat informasi hotel yang sedang popular di masing-masing kota yang telah dipilih.

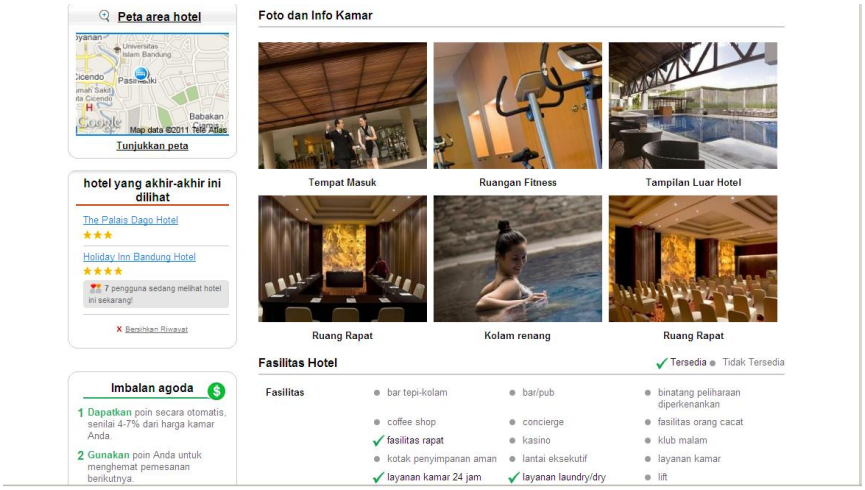
c) Tampilan Ketersedian dan Pemilihan Type Kamar di HSB.

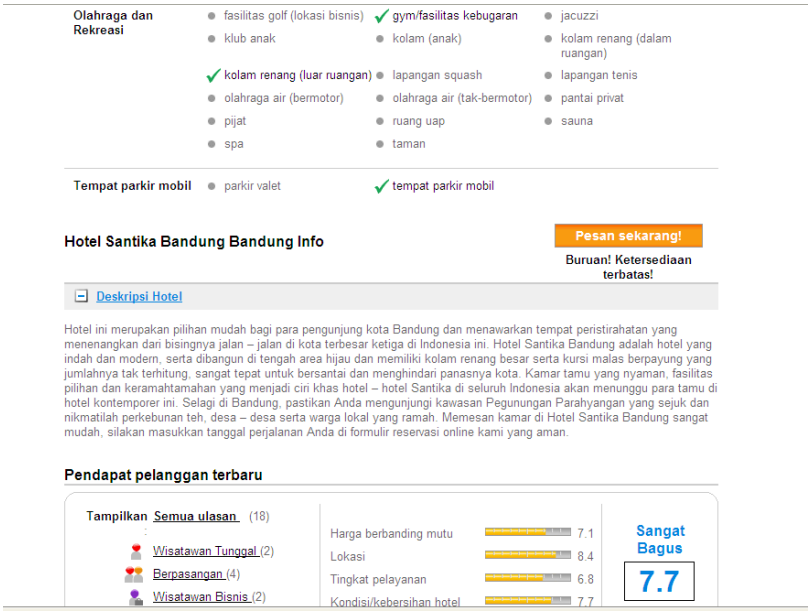


Gambar 4.5
Tampilan Ketersedian Dan Pemilihan Type Kamar

Tampilan pada gambar 4.5 adalah tampilan yang memuat daftar ketersediaan kamar, harga sesuai hotel yang sudah dipilih oleh pengguna sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com). sebelumnya pengguna harus memasukan dulu tanggal untuk pengguna pesan.

d) Tampilan Fasilitas yang disediakan Hotel Santika Bandung



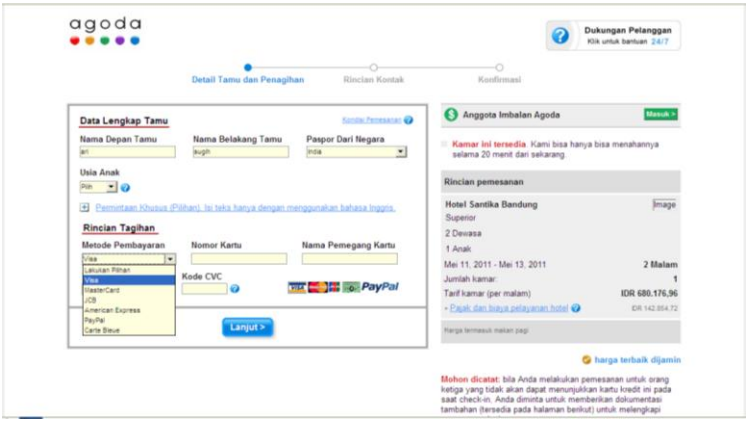


Gambar 4.6
Tampilan Fasilitas Hotel Yang Disediakan HSB

Tampilan pada gambar 4.6 adalah tampilan yang memuat fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel dalam web ini fasilitas yang disediakan oleh hotel santika bandung yaitu mencakup fasilitas secara umum ,fasilitas kamar, fasilitas

olahraga dan rekreasi, internet, dan tempat parkir. Selain itu ada informasi mengenai hotel santika bandung dalam halaman ini.

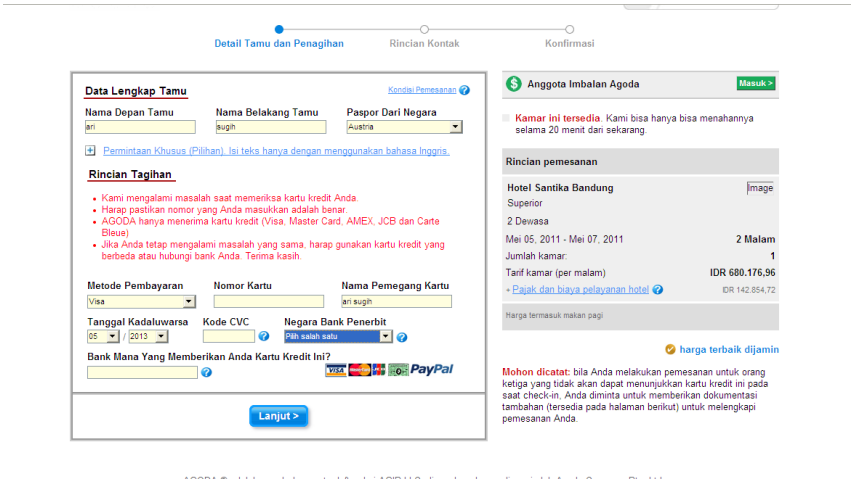
e) Tampilan Proses Pengisian Biodata Tamu dan Proses Pemb



Gambar 4.7
Tampilan Proses Pengisian Biodata Tamu

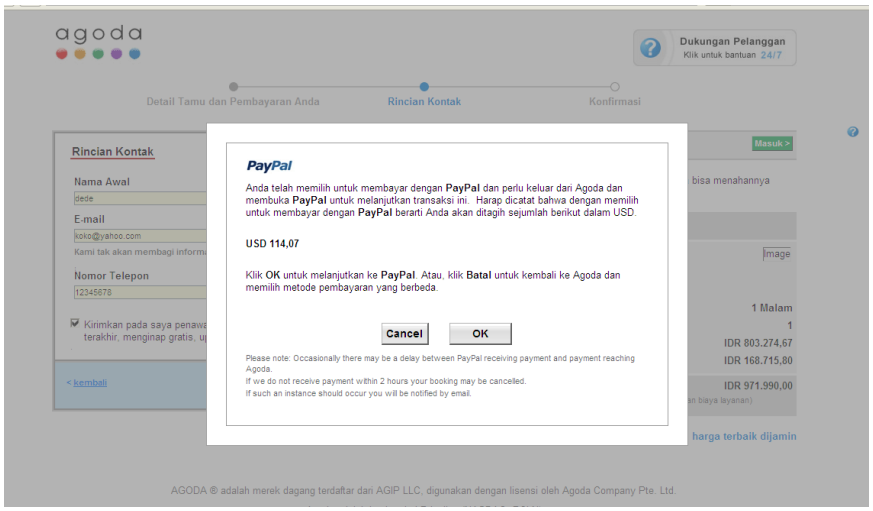
Tampilan pada gambar 4.7 adalah tampilan data lengkap tamu yang akan diisi oleh untuk pengguna saat telah memilih jenis kamar yang di inginkan dan tersedia. Pengguna harus mengisi nama lengkap, paspor berasal dari negara, usia anak jika pengguna akan membawa anak, dan ada rincian tagihan untuk proses pembayaran tamu atas kamar yang sudah di pesan sesuai rincian pemesanana yang sudah tertera diatas. Yang terdiri dari metode pembayaran yang digunakan, nama pemegang, no.kartu, tanggal kadaluarsa dari kartu,negara bank penerbit,serta bank mana yang telah mengeluarkan kartu dari pemegang kartu.

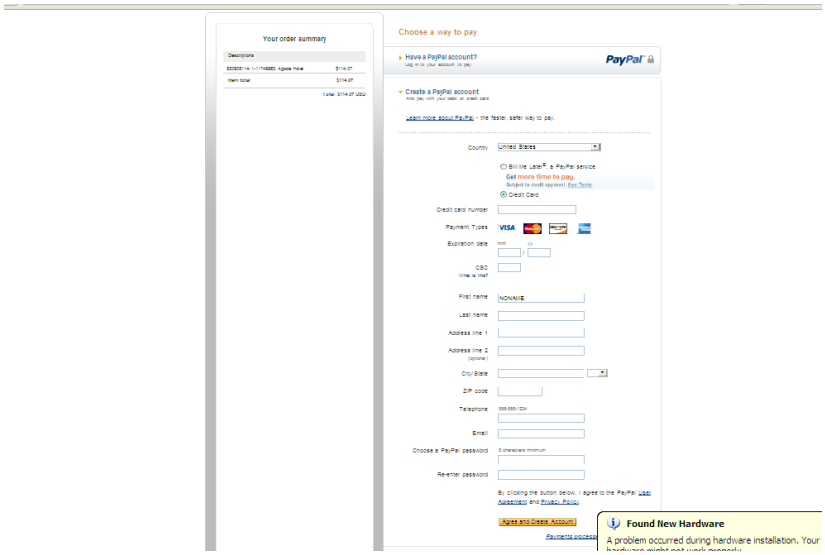
f) Tampilan Peringatan Apabila Nomor Kartu Tidak Valid



Gambar 4.8
Tampilan Peringatan Apabila Nomor Kartu Tidak valid

Tampilan pada gambar 4.8 yaitu apabila ketika pengguna saat memasakukan nomor ada kesalahan maka akan muncul peringatan seperti yang tertera pada gambar 4.8 sehingga pengguna diharapkan untuk memasukan ulang nomor kartu. Tetapi apabila terus menerus terjadi kesalahan diharapkan pengguna menghubungi bank yang bersangkutan atau bisa menggunakan kartu kredit lainnya.

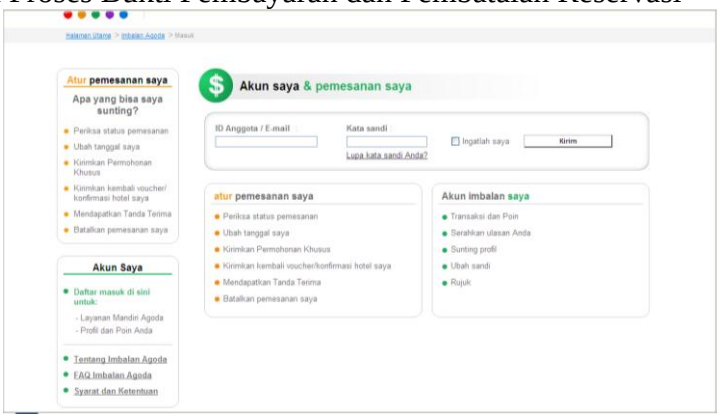




Gambar 4.9
Tampilan Apabila Jenis Pembayaran Valid

Pada Gambar 4.9 apabila jenis pembayaran valid seperti contoh diatas menggunakan *paypal* maka pemesan setelah memilih jenis pembayaran dan menekan tombol lanjut pemesan harus mengisi lagi data lengkap tamu, lalu setelah itu akan muncul peringatan untuk masuk selanjutnya ke *paypal* dengan menekan tombol OK. Setelah masuk paypal maka pemesan harus memasukan *account paypal*, setelah itu akan mendapatkan konfirmasi dari agoda.com

g) Tampilan Proses Bukti Pembayaran dan Pembatalan Reservasi



Gambar 4.10
Tampilan Proses Bukti Pembayaran dan Pembatalan Reservasi

Pada gambar 4.10 memuat tampilan untuk membuat tanda terima ataupun pembatalan reservasi dengan memasukan email dan kata sandi yang telah anda buat. Jika lupa kata sandi maka pengguna dapat menggunakan link yang tersedia yaitu “lupa kata sandi?”.

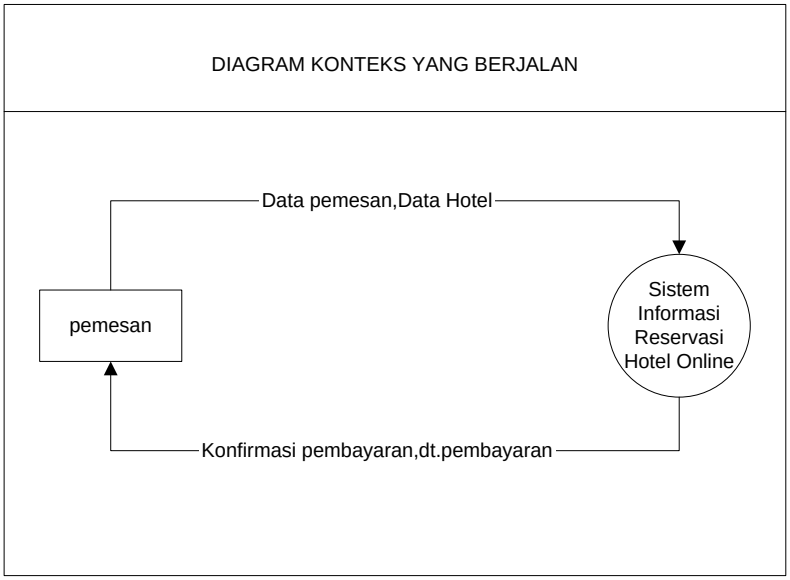
4.1.2.2. Prosedur Yang Sedang Berjalan

Pembahasan bagaimana cara penggunaan web agoda.com untuk hotel santika bandung adalah sebagai berikut:

1. Pemesan memilih negara, kota, tanggal, lama inap, jumlah kamar, jumlah orang kemudian menekan tombol cek harga yang kemudian pemesan diberikan halaman hotel yang tersedia di negara, kota, dan tanggal yang pemesan pilih.
2. Pemesan memilih salah satu hotel dan kemudian pemesan diberikan halaman informasi mengenai hotel tersebut.
3. Jika hotel sesuai dengan yang dipilih pemesan selanjutnya pemesan dapat memilih jenis kamar yang akan diinap dengan menekan tombol pesan.
4. Kemudian pemesan diminta sistem mengisi data lengkap dan mengisi jenis pembayaran, setelah melakukan tahap pertama dan menekan tombol lanjut pemesan diminta sistem kembali untuk mengisikan data lengkap kembali yang nantinya akan muncul konfirmasi jumlah pembayaran.
5. Setelah selesai proses ke 4 diatas pemesan akan diberikan halaman konfirmasi dan rincian-rinciannya.

4.1.2.3 Diagram Konteks Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com) Hotel Santika Bandung yang sedang berjalan

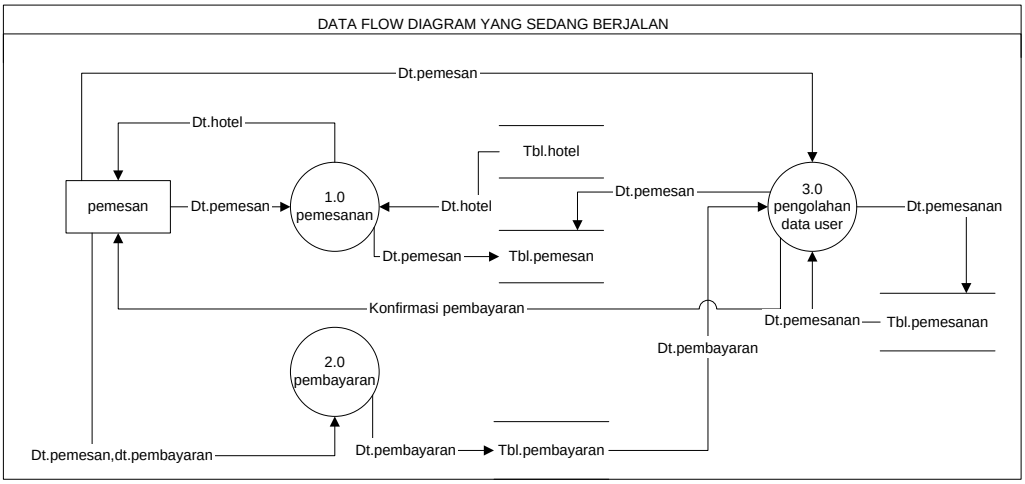
Diagram Konteks adalah diagram tingkat atas yaitu diagram global dari sebuah sistem informasi yang menggambarkan aliran-aliran dari entitas luar dan entitas dalam.



Gambar 4.11
Diagram konteks Sistem yang sedang berjalan

4.1.2.4 DFD Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com) Hotel Santika Bandung yang sedang berjalan

Diagram alir data yaitu menggambarkan sistem yang ada pada diagram konteks menjadi beberapa proses utama, yang terjadi antara entitas yang terlibat dalam sistem informasi.



Gambar 4.12
DFD Sistem yang sedang berjalan

4.1.3 Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Di Hotel Santika Bandung Berdasarkan Tanggapan Responden

Dibawah ini Tanggapan Responden terhadap penggunaan Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com) berdasarkan jawaban responden terhadap indikator dimensi sistem reservasi hotel *online* menurut Law. Ho dan Chung, dapat dilihat pada tabel-tabel berkut :

Tabel 4.6
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Variabel Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Informasi Fasilitas	2444	3430	71,25%	Baik
2. Informasi *Customer Contact*	887	1470	60,34%	Cukup Baik
3. Informasi Reservasi	1412	1960	72,04%	Baik
4. Informasi Area Sekeliling	738	1470	50,20%	Kurang Baik
5. Manajemen *Website*	1047	1470	71,22%	Baik
Total	**6166**	**9310**	**66,23%**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.6 di atas, menunjukan bahwa implementasi sistem informasi reservasi hotel online(agoda.com) untuk Hotel Santika Bandung, secara total berada dalam kategori cukup baik dengan skor 66,23 %. Artinya sistem informasi reservasi hotel online(agoda.com) untuk Hotel Santika Bandung cukup baik, memiliki jumlah pemerhati yang cukup banyak, karena sistem sudah cukup baik, untuk indikator informasi fasilitas, informasi *Reservasi* yang disajikan, serta manajemen *website* sudah baik. Hanya saja informasi *customer contact* dan informasi area sekeliling yang disajikan masih perlu penambahan informasi karena masih terdapat kekurangan informasi mengenai hotel.

Pendekatan lain untuk mengetahui implementasi sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk Hotel Santika Bandung dapat dilakukan dengan melakukan penilaian secara parsial, yaitu penilaian terhadap indikator-indikator implementasi sistem informasi reservasi hotel online(agoda.com). Pendekatan ini penting untuk memperoleh gambaran lebih rinci bagaimana sistem informasi reservasi hotel online(agoda.com). Hasil dari penilaian parsial berguna ,mengetahui aspek mana saja yang sudah berjalan baik dan aspek mana yang masih perlu dilakukan untuk tindakan perbaikan. Penilaian terhadap indikator tersebut akan diuraikan satu persatu berikut ini.

1. Informasi Fasilitas

Hasil tabulasi (Tabel 4.7) menunjukkan persentase total skor untuk indikator menetapkan informasi fasilitas sebesar 71,25 %. Nilai ini berada pada kriteria

baik, menunjukkan bahwa informasi fasilitas sudah baik untuk diterima pengguna. Lebih rinci tabel 4.7 menunjukkan tentang informasi fasilitas dalam sistem informasi hotel online (agoda.com) untuk Hotel Santika Bandung.

Tabel 4.7
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator Informasi Fasilitas

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah Sistem Informasi Reservasi *Online* (Agoda.com) untuk reservasi Hotel Santika Bandung (HSB) berjalan dengan baik	362	490	73,88 %	Baik
2. Apakah kumpulan foto yang ditayangkan dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) untuk Hotel Santika Bandung menarik perhatian anda	376	490	76,73 %	Baik
3. Apakah dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) memberikan deskripsi mengenai situasi hotel, lokasi hotel secara rinci	347	490	70,82%	Baik
4. Apakah dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) memuat fasilitas yang dimiliki oleh hotel secara lengkap	327	490	66,73%	Cukup Baik
5. Apakah fasilitas kamar yang dimuat dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) sesuai dengan fakta yang ditemukan di Hotel Santika Bandung	342	490	69,7 9	Baik
6. Apakah fasilitas Olahraga yang dimuat dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) sesuai dengan fakta yang anda temukan di HSB.	334	490	68,16%	Baik
7. Apakah fasilitas ruang rapat yang ditawarkan dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) sesuai dengan harapan anda	356	490	72,65%	Baik
Total	**2444**	**3430**	**71,25 %**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.7 di atas, menunjukan bahwa dalam sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com)

untuk hotel santika bandung, fasilitas yang ditawarkan oleh hotel santika bandung dapat diterima dengan baik oleh para tamu. Para tamu merasa informasi yang ditawarkan pihak hotel dirasakan sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian fasilitas yang tercantum didalam Sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) sesuai dengan fakta di hotel santika Bandung tertera sesuai kriteria diatas yaitu baik. Namun fasilitas yang dimuat didalam agoda.com perlu ditambahkan agar semakin lengkap dan jelas informasi yang diterima para tamu.

2. Informasi *Customer Contact*

Hasil tabulasi (Tabel 4.8) menunjukkan persentase total skor untuk indikator informasi *Customer Contact* sebesar 60,34 %. Nilai ini berada pada kriteria cukup baik, menunjukkan bahwa informasi mengenai *customer contact* belum optimal . Lebih rinci tabel 4.8 menunjukkan informasi keterangan hotel terhadap pengguna.

Tabel 4.8
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator Informasi *Customer Contact*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah informasi mengenai alamat hotel santika bandung dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) terpaparkan dengan jelas	384	490	78,37%	Baik
2. Apakah *e-mail address* Hotel santika bandung dalam sistem informasi reservasi *online* Tertera dengan jelas	198	490	40,41 %	Kurang Baik
3. Apakah dalam sistem informasi reservasi *online* ini (Agoda.com) berita / promo hotel selalu *up to date*	305	490	62,24%	Cukup Baik
Total	**887**	**1470**	**60,34%**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.8 di atas, menunjukan bahwa informasi mengenai keterangan hotel belum cukup untuk memenuhi kebutuhan yang di perlukan oleh pengguna/ para tamu karena email address Hotel Santika Bandung dalam sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) belum tertera dan berita mengenai promo hotel masih harus selalu ter *Up-date.*

3. Informasi Reservasi

Hasil tabulasi (Tabel 4.9) menunjukkan persentase total skor untuk indikator informasi reservasi sebesar 72,04 %. Nilai ini berada pada kriteria baik, menunjukkan bahwa informasi harga kamar, waktu check-in, check out serta proses pembayaran yang tercantum dalam website tertera dengan jelas sehingga para tamu lebih mudah dalam penggunaan. Lebih rinci tabel 4.9 menunjukkan tentang informasi reservasi yang disajikan dalam Web agoda.com.

Tabel 4.9
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator Informasi Reservasi

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah proses penggunaan sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) Mudah digunakan	365	490	74,49%	Baik
2. Apakah harga kamar Hotel Santika Bandung dalam sistem informasi reservasi *online* dimuat secara rinci	323	490	65,92%	Cukup Baik
3.Apakah waktu *check-in check-out* dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) Tertera dengan jelas	341	490	69,59%	Baik

4.Apakah pilihan pembayaran *credit card* dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) bervariasi jenisnya	383	490	78,16%	Baik
Total	**1412**	**1960**	**72,04%**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.9 di atas, menunjukan bahwa informasi dalam sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika Bandung memuat informasi yang mendukung dalam pemesanan kamar termuat dengan jelas dan adanya pilihan pembayaran berbagai jenis credit card lebih memudahkan pelanggan dalam peroses pembayaran pemesanan kamar . Kemudian pengunaan Sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika Bandung mudah digunakan oleh pengguna web karena dalam pertanyaan item no.1 tertera kriteria baik. Hanya saja dalam memuat informasi harga kamar menurut responden kurang terperinci.

4. Informasi Area Sekeliling

Hasil tabulasi (Tabel 4.10) menunjukkan persentase total skor untuk indikator informasi area sekeliling sebesar 50,20%. Nilai ini berada pada kriteria kurang baik, menunjukkan bahwa informasi yang tercantum dalam agoda.com mengenai area sekeliling hotel kurang informasikan di dalam agoda.com. Lebih rinci tabel 4.10 menunjukkan tentang area sekeliling yang disajikan dalam Web agoda.com.

Tabel 4.10
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator Informasi Area Sekeliling

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) menginformasikan daya tarik utama kota Bandung dengan jelas , menarik	209	490	42,65%	Kurang Baik
2. Apakah informasi secara umum mengenai hotel dimuat dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) Tertera dengan jelas	320	490	65.31%	Cukup Baik
3. Apakah dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) menampilkan informasi Bandar udara dengan jelas	209	490	42,65%	Kurang Baik
Total	**738**	**1470**	**50,20%**	**Kurang Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.10 di atas, menunjukan bahwa secara total mengenai area sekeliling dalam sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika Bandung kurang dinformasikan kepada pengguna sehingga para pengguna tidak mengetahui deskripsi area sekeliling hotel sehingga diharapkan dapat lebih memperbaharuinya atau menambahkan informasi yang kurang.

5. Manajemen *Website*

Hasil tabulasi (Tabel 4.11) menunjukkan persentase total skor untuk indikator manajemen *website* sebesar 71,22 %. Nilai ini berada pada kriteria baik, menunjukkan bahwa sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika dari sisi manajemen *website* berfungsi dengan baik. Lebih rinci tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator Manajemen Website

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah fungsi dari pencarian (*search function*) dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) Berfungsi dengan baik	368	490	75,10 %	Baik
2. Apakah fungsi dari semua *links* dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) Berfungsi dengan baik	325	490	66,33 %	Cukup Baik
3. Apakah fungsi dari *multi-lingual* (multi-bahasa) dalam sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) Berfungsi dengan baik	354	490	72,24 %	Baik
Total	**1047**	**1470**	**71,22%**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.11 di atas, menunjukan bahwa menurut responden secara keseluruhan semua link dalam sistem informasi reservasi online ini berfungsi cukup baik, dan fungsi pencarian serta multilingual yang ada berfungsi dengan baik. Sehingga para pengguna akan merasa dimudahkan dengan adanya fungsi pencarian hotel dan adanya pemilihan beragam bahasa untuk mengakses agoda.com ini.

4.1.4 Deskripsi Kualitas Layanan Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (Agoda.com) Berdasarkan Tanggapan Responden

Kualitas Layanan untuk proses pemesanan dalam web agoda.com merupakan faktor utama yang harus diutamakan dan diperhatikan agar para pelanggan / tamu hotel tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang di berikan sehingga kecil kemungkinan untuk pindah ke *competitor* lainnya sehingga dengan

pemberian kualitas pelayanan dengan baik akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas untuk para pelanggan / tamu hotel. Pada tabel 4.12 disajikan persentase skor tanggapan responden yang berjumlah 98 responden mengenai kualitas layanan sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) Hotel Santika Bandung. Hasil pengolahan data untuk variabel kualitas layanan ditunjukkan pada tabel 4.12 dibawah ini :

Tabel 4.12
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Skor Ideal	Performance		Kriteria
		Skor aktual	% Skor aktual	
1. *Content*	1960	1287	65,66 %	Cukup Baik
2. *Accuracy*	2450	1657	67, 63 %	Cukup Baik
3. *Format*	2450	1758	71,75%	Baik
4. *Ease Of Use*	1470	1013	68,91%	Baik
5. *Timeliness*	1470	1017	69,18%	Baik
Total	**9800**	**6732**	**68,69 %**	**Baik**

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.12 di atas, menunjukan bahwa kualitas layanan sistem informasi reservasi hotel *online,* secara total berada pada kriteria baik dengan skor 68,69 % dimana bahwa pelanggan / para tamu hotel santika Bandung pada umumnya sudah merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan. Artinya para tamu hotel merasa tidak kecewa atau dengan kata lain sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan agoda.com dan hotel santika Bandung. Karena dari sisi format, ketepatan waktu, dan kemudahan penggunaan sudah baik dan mudah digunakan

hanya saja dari sisi *content* web dan sisi keakuratan informasi masih perlu pembaharuan atau penambahan isi untuk web agoda.com.

Pendekatan lain untuk mengetahui kualitas pelayanan sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika bandung dapat dilakukan dengan melakukan penilaian secara parsial, yaitu penilaian terhadap indikator-indikator kualitas layanan. Pendekatan ini penting untuk memperoleh gambaran lebih tajam dan rinci bagaimana kualitas layanan. Hasil dari penilaian parsial digunakan untuk mengetahui aspek mana saja yang sudah berjalan baik dan aspek mana yang masih perlu dilakukan untuk tindakan perbaikan. Penilaian terhadap indikator tersebut akan diuraikan satu persatu berikut ini.

1. Content

Hasil tabulasi (Tabel 4.13) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *content* sebesar 65,66 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengguna web agoda.com untuk hotel santika bandung sudah cukup puas dengan isi dari web itu sendiri yaitu agoda.com untuk hotel santika bandung. Lebih rinci tabel 4.13 menunjukkan *content* yang disediakan agoda.com untuk hotel santika bandung.

Tabel 4.13
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Content*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah Informasi yang disajikan web (agoda.com) mengenai hotel santika bandung sudah lengkap	277	490	56,53 %	Cukup Baik
2. Apakah web (agoda.com) menyediakan Fitur fasilitas Hotel Santika Bandung dengan mudah diakses.	386	490	78,77 %	Baik

3. Apakah anda dapat menggunakan fitur untuk tamu menyampaikan keluhan atas pelayanan Hotel Santika Bandung dalam web (agoda.com) dengan baik	334	490	68,16 %	Baik
4. Seberapa sering anda menyampaikan keluhan atas pelayanan Hotel Santika Bandung.	290	490	59,18 %	Cukup Baik
Total	**1287**	**1960**	**65,66 %**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Dilihat dari tabel 4.13 menyatakan bahwa sebagian besar pengguna web agoda.com untuk hotel santika bandung cukup puas dengan isi dari sistem informasi reservasi hotel online(agoda.com). Karena informasi mengenai hotel santika bandung belum cukup lengkap, serta pengguna web cukup sering dalam menyampaikan keluhan itu. Namun untuk fitur fasilitas dalam web para pengguna merasa mudah mengaksesnya dapat dilihat bahwa persentase skor *performance* sebesar 68,16 % dengan kriteria baik.

2. Accuracy

Hasil tabulasi (Tabel 4.14) menunjukkan persentase total skor untuk indikator *accuracy* sebesar 67,63%. Nilai ini berada pada kriteria cukup baik dimana menunjukkan bahwa informasi yang disajikan telah sesuai dengan kenyataan dan website secara *grammatical* bebas kesalahan informasi. Lebih rinci tabel 4.14 menunjukkan tentang keakuratan informasi yang disajikan dalam Web Agoda.com untuk hotel santika bandung.

Tabel 4.14
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Accuracy*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah web (Agoda.com) selalu ada kesalahan atau error dalam melakukan prosesnya	198	490	40,41 %	Kurang Baik
2. Apakah website (Agoda.com) haruslah bebas dari kesalahan dalam memberikan informasi ketersediaan kamar Hotel di hotel Santika Bandung	394	490	80,41 %	Baik
3. Apakah web (Agoda.com) tepat dalam memberikan informasi mengenai Harga kamar hotel.	375	490	76,53 %	Baik
4. Apakah web (Agoda.com) tepat dalam memberikan informasi mengenai Jenis kamar hotel di hotel Santika Bandung	357	490	72,86 %	Baik
5. Apakah web (Agoda.com) tepat dalam memberikan informasi mengenai ketersediaan kamar hotel di hotel Santika Bandung	333	490	67,96 %	Cukup Baik
Total	**1657**	**2450**	**67,63 %**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.14 di atas, menunjukan bahwa informasi dalam sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika bandung memuat informasi yang cukup akurat ditunjukan dengan skor 67,63 % dengan kriteria cukup baik. Hal ini dikarenakan untuk informasi ketersedian kamar, dan menurut responden masih saja ada kesalahan dalam prosenya. Namun untuk infromasi harga kamar dan jenis kamar memiliki kriteria baik karena hal tersebut terbukti akurat dan sesuai dengan kenyataan.

3. Format

Hasil tabulasi (Tabel 4.15) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *format* sebesar 71,75 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengguna web agoda.com untuk hotel santika bandung merasa puas dengan format dari web itu sendiri yang disediakan agoda.com untuk hotel santika bandung, tampilan sistem memudahkan pengguna ketika menggunakan sistem. Lebih rinci tabel 4.15 menunjukkan *format* yang disediakan agoda.com untuk Hotel Santika Bandung.

Tabel 4.15
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Format*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah web (Agoda.com) memiliki tampilan yang menarik	328	490	66,94 %	Cukup Baik
2. Apakah tampilan menu *Search* memenuhi standart dan berfungsi dengan baik.	356	490	72,65%	Baik
3. Apakah menu pemilihan mata uang dalam agoda.com berfungsi dengan baik	336	490	68,57 %	Baik
4. Apakah menu *book* (memesan) berfungsi dengan baik	348	490	71,02 %	Baik
5. Apakah Tersedia menu pembayaran dengan berbagai jenis kartu kredit	390	490	79,59 %	Baik
Total	**1758**	**2450**	**71,75 %**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.15 di atas, menunjukan bahwa format dalam sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika bandung secara keseluruhan bernilai skor 71,75 % dengan kriterian baik, hal ini karena para pengguna web merasa dimudahkan dengan adanya fungsi yang berjalan dengan baik. Namun untuk format tampilan

dari sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) belum optimal karena tampilannya belum begitu menarik untuk para penggunanya.

4. Ease Of Use

Hasil tabulasi (Tabel 4.16) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *eose of use* sebesar 68,91 %. Hal ini menunjukkan bahwa angka tersebut termasuk kriteria baik, karena pengguna merasa mudah dalam menggunakan web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung. Lebih rinci tabel 4.16 menunjukkan Kemudahan pengguna dalam menggunakan sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk Hotel Santika Bandung.

Tabel 4.16
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Ease Of Use*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah Penggunaan web (Agoda.com) *user friendly*	298	490	60,82 %	Cukup Baik
2. Apakah anda mudah untuk mendapatkan informasi mengenai hotel untuk hotel santika bandung	354	490	72,24 %	Baik
3. Apakah anda merasa dimudahkan dalam melakukan pembayaran untuk kamar yang telah dipesan di Hotel Santika Bandung.	361	490	73,67 %	Baik
Total	**1013**	**1470**	**68,91%**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.16 di atas, menunjukan bahwa para pengguna merasa dimudahkan dengan adanya sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) karena pengguna merasa mudah dalam mendapatkan informasi mengenai hotel serta dalam proses pembayaran.

Namun agoda.com menurut penggunanya belum cukup *userfriendly* dalam penggunaannya.

5. *Timelines*

Hasil tabulasi (Tabel 4.17) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *Timelines* sebesar 69,18 %. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu web agoda.com ketika pengguna melakukan permintaan atau *input* akan langsung di proses dan *output* akan ditampilkan secara cepat tanpa harus menunggu lama. Lebih rinci tabel 4.17 menunjukkan *timelines* yang disediakan agoda.com untuk Hotel Santika Bandung.

Tabel 4.17
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Timelines*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah web (agoda.com) tepat waktu dalam memberikan informasi kepada anda	321	490	65,71 %	Cukup Baik
2. Apakah bila informasi yang ada selalu di update akan membuat pengunjung selalu bertambah untuk mengunjungi hotel santika bandung	381	490	77,14 %	Baik
3. Apakah sistem informasi reservasi hotel *online (agoda.com)* terlalu cepat dalam menahan ketersediaan kamar yang anda pesan.	315	490	63,88 %	Cukup Baik
Total	**1017**	**1470**	**69,18 %**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.17 di atas, menunjukan bahwa ketepatan waktu sistem informasi reservasi hotel online (agoda.com) untuk hotel santika bandung secara keseluruhan memuaskan pengguna terlihat dengan skor 69,18 %, hal tersebut dikarenakan bersifat *real time*

yaitu ketika *input* dimasukan ke dalam sistem maka tanpa harus menunggu lama sistem akan merespon dan menampilkan *output*-nya sehingga pengguna tidak menunggu lama untuk melihat *output* dari *input* yang diminta. Namun agoda.com untuk ketepatan waktu memberikan informasi dan menahan ketersediaan kamr cukup baik oleh karena itu sebaiknya dalam menahan diberikan waktu yang lebih lama lagi.

4.1.5 Deskripsi Loyalitas Pelanggan Hotel Santika Bandung Berdasarkan Tanggapan Responden

Loyalitas pelanggan yaitu sebagai komitmen pelanggan terhadap sesuatu merk, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Pada tabel 4.18 disajikan persentase skor tanggapan responden yang berjumlah 98 responden mengenai loyalitas pelanggan Hotel Santika Bandung. Hasil pengolahan data untuk variabel kualitas layanan ditunjukkan pada tabel 4.18 dibawah ini :

Tabel 4.18
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan

Indikator	Skor Ideal	Performance		Kriteria
		Skor aktual	% Skor aktual	
1. Repeat	1470	979	66,6 %	Cukup Baik
2. Retention	1470	1006	68,43 %	Baik
3. Refferal	1960	1318	67,24 %	Cukup Baik
Total	**4900**	**3303**	**67,41 %**	**Cukup Baik**

Hasil kategorisasi skor tanggapan responden pada tabel 4.18 di atas, menunjukan bahwa loyalitas pelanggan, secara total berada pada kriteria cukup

baik dengan skor 67,41 % Artinya loyalitas para tamu hotel santika Bandung cukup baik atau belum terlalu loyal karena dari frekuensi pemakaian ulang serta mempromosikan terhadap orang lain belum optimal, namun para tamu Hotel Santika Bandung tidak mudah untuk terpengaruh penawaran hotel lainnya.

Pendekatan lain untuk mengetahui loyalitas pelanggan hotel santika bandung dapat dilakukan dengan melakukan penilaian secara parsial, yaitu penilaian terhadap indikator-indikator loyalitas pelanggan. Pendekatan ini penting untuk memperoleh gambaran lebih tajam dan rinci bagaimana kualitas layanan. Hasil dari penilaian parsial digunakan untuk mengetahui aspek mana saja yang sudah berjalan baik dan aspek mana yang masih perlu dilakukan untuk tindakan perbaikan. Penilaian terhadap indikator tersebut akan diuraikan satu persatu berikut ini:

1. Repeat

Hasil tabulasi (Tabel 4.19) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *repeat* sebesar 66,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengguna web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung belum cukup sering untuk menggunakan web itu sendiri yaitu agoda.com untuk Hotel Santika Bandung. Lebih rinci tabel 4.19 menunjukkan *repeat* pemakaian agoda.com untuk hotel santika bandung.

Tabel 4.19
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Repeat*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah anda sering menggunakan sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) dalam memesan Hotel Santika Bandung.	288	490	58,77 %	Cukup Baik
2. Apakah anda selalu menggunakan sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) untuk mencari informasi mengenai segala informasi dengan Hotel Santika Bandung.	323	490	65,92 %	Cukup Baik
3. Apakah Anda akan selalu menggunakan sistem informasi reservasi *online* (Agoda.com) ini ketika membutuhkan jasa Hotel Santika Bandung	368	490	75,10 %	Baik
Total	**979**	**1470**	**66,6 %**	**Cukup Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Dilihat dari tabel 4.19 menyatakan bahwa sebagian besar pengguna web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung cukup baik artinya dalam hal pemakaian ulang web agoda.com cukup sering digunakan berkisar di 5-6 x pemakaian untuk melakukan pemesanan, hal ini karena untuk mencari informasi mengenai Hotel Santika Bandung belum cukup lengkap di agoda.com .

2. Retention

Hasil tabulasi (Tabel 4.20) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *retention* sebesar 68,43 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengguna web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung sudah baik. Lebih rinci tabel 4.20 menunjukkan *retention* pengguna agoda.com untuk Hotel Santika Bandung.

Tabel 4.20
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Retention*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah anda akan tetap menggunakan sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung (Agoda.com) Jika ada penawaran yang lebih baik dari hotel lain	291	490	59,39 %	Cukup Baik
2. Apakah menurut anda Pelayanan yang diberikan Hotel santika membuat anda yang menggunakan sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung (Agoda.com) ingin menginap kembali.	350	490	71,43%	Baik
3. Apakah menurut anda kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung (Agoda.com) membuat anda ingin tetap menggunakan (Agoda.com) kemabali	365	490	74,49 %	Baik
Total	**1006**	**1470**	**68,43 %**	**Baik**

Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Dilihat dari tabel 4.20 menyatakan bahwa sebagian besar pengguna web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung secara sudah baik artinya pengguna web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung dalam hal ini tidak akan mudah terpengaruh dengan penawaran hotel lainnya, hal ini karena tamu Hotel Santika Bandung sudah loyal dan cukup atas penawaran yang disediakan Hotel Santika Bandung.

3. Refferal

Hasil tabulasi (Tabel 4.21) menunjukkan persentase total skor untuk dimensi *refferal* sebesar 67,24 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat untuk mempromosikan Hotel Santika Bandung cukup sering dilakukan dan di ceritakan kepada orang lain. Lebih rinci tabel 4.21 menunjukkan tingkat mempromosikan agoda.com untuk hotel santika bandung.

Tabel 4.21
Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Indikator *Refferal*

Instrumen	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
1. Apakah anda menceritakan pengalaman positif dan kemudahan menggunakan sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung (Agoda.com) kepada orang lain	349	490	71,23 %	Baik
2. Apakah anda merekomendasikan sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung (Agoda.com) kepada orang lain.ingin menginap kembali.	330	490	67,35%	Cukup Baik
3. Apakah anda akan mempromosikan tentang adanya sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung (Agoda.com) Kepada orang lain	339	490	69,18 %	Baik
4. Apakah anda sering merekomendasikan penggunaaan Hotel Santika Bandung setelah menggunakan agoda.com	300	490	61,23 %	Cukup Baik
Total	**1318**	**1960**	**67,24 %**	**Cukup Baik**

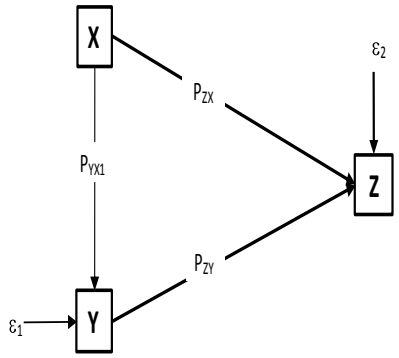
Sumber : Hasil data olah dari kuesioner 2011

Dilihat dari tabel 4.21 menyatakan bahwa sebagian besar pengguna web agoda.com untuk hotel santika bandung secara sudah cukup baik artinya pengguna web agoda.com untuk Hotel Santika Bandung dalam hal ini cukup sering dalam mempromosikan dan menceritakan kepada orang lain hal ini karena tamu Hotel Santika Bandung cukup puas atas pelayanan yang diberikan Hotel Santika Bandung, dan pengalaman positif atas mudahnya dalam menggunakan sistem informasi reservasi hotel agoda.com untuk Hotel Santika Bandung.

4.1.6 Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas layanan Dan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung

Semakin baik Sistem Informasi Reservasi Hotel Online diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan sehingga loyalitas pelanggan diharapkan juga akan

semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian ini maka akan diuji dampak Sistem Informasi Reservasi Hotel Online terhadap kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Pengujian akan dilakukan dua tahap, dimana pada tahap pertama akan diuji pengaruh Sistem Informasi Reservasi Hotel Online terhadap kualitas layanan, kemudian pada tahan kedua akan diuji pengaruh implemetasi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Secara diagram bentuk hubungan antara ketiga variabel yang sedang diteliti tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.13

Diagram Jalur Paradigma Penelitian

Keterangan :

Z = Loyalitas Pelanggan

Y = Kualitas Layanan

X = Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online*

$\mathbf{P_{YX}}$ = Koefisien jalur Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* terhadap kualitas layanan

$\mathbf{P_{ZX}}$ =Koefisien jalur Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* terhadap loyalitas pelanggan.

$\mathbf{P_{ZY}}$ = koefisien jalur kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

ε = Pengaruh faktor lain

Karena keterbatasan skala pengukuran data hasil penelitian (skala ordinal), maka sebelum menguji implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di hotel santika bandung terlebih dahulu data ordinal tersebut dikonversi menjadi skala interval melalui *method of succesive interval.*

Sesuai dengan hipotesis penelitian yang diajukan, selanjutnya data akan diuji dengan menggunakan analisis jalur *(path analysis).* Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan keterkaitan antar variabel independen. Hasil komputasi analisis jalur menggunakan bantuan software SPSS 12.0 dapat dilihat pada lampiran. Untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antar sesama variabel independen, maka nilai koefisien korelasi yang diperoleh dikonsultasikan ke tabel interpretasi koefisien korelasi berikut.

Tabel 4.22

Tingkat Keeratan Korelasi

No	Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2009; 250

4.2 Hasil Pembahasan

4.2.1. Uji Korelasi

Independent Variabel pada penelitian ini adalah sistem informasi reservasi hotel *online* (X), *dependent variable* kualitas layanan (Y) dan *dependent variable* loyalitas pelanggan (Z), koefisien korelasi diantara ketiga variable tersebut disajikan pada tabel 4.23.

Tabel 4.23
Korelasi Antar Variabel Penelitian

Correlations

		Z	X	Y
Pearson Correlation	Z	1,000	,346	,335
	X	,346	1,000	,725
	Y	,335	,725	1,000
Sig. (1-tailed)	Z	.	,000	,000
	X	,000	.	,000
	Y	,000	,000	.
N	Z	98	98	98
	X	98	98	98
	Y	98	98	98

Berdasarkan nilai koefisien korelasi diatas dapat dilihat bahwa hubungan antara sistem informasi reservasi hotel online (X) dangan kualitas layanan (Y) sebesar 0,725 dan masuk dalam kategori kuat. Arah hubungan positif antara sistem informasi reservasi hotel online dengan kualitas layanan menunjukkan bahwa sistem informasi reservasi hotel online yang makin baik cenderung diikuti dengan peningkatan kualitas layanan. Kemudian hubungan antara sistem informasi reservasi hotel online (X) dengan loyalitas pelanggan (Z) sebesar 0,346 termasuk dalam kategori rendah, demikian juga hubungan antara kualitas layanan

(Y) dengan loyalitas pelanggan (Z) sebesar 0,335 termasuk dalam kategori rendah.

4.2.2. Koefisien Jalur

Pada sub struktur ini diuji berapa besar pengaruh variabel X, Y terhadap Z. Metode analisis yang digunakan adalah *Path Analysis*. Adapun hasil *Path Analysis* dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.24
Koefisien Jalur Masing-Masing Independen Variable Terhadap Dependent Variable

Jalur	Koefisien	t_{hitung}	Signifikansi	R^2
X → Y	**0,725**	**10,305**	**<0,000**	**0,525**
X → Z	**0,217**	**1,563**	**<0,121**	**0,135**
Y → Z	**0,178**	**1,288**	**<0,201**	

Melalui nilai koefisien determinasi diketahui bahwa implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* memberikan pengaruh sebesar 52,5 % terhadap kualitas layanan untuk Hotel Santika Bandung. Kemudian secara bersama-sama implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* dan kualitas layanan memberikan kontribusi (pengaruh) sebesar 13,5 % dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Hotel Santika Bandung. secara rinci dapat dilihat tabel 4.25 untuk variable sistem informasi reservasi hotel *online*, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel-variabel secara parsial, maka digunakanlah uji-t, dan untuk melihat besarnya pengaruhnya digunakan angka Beta atau *Standarized Coefficients* seperti di bawah ini:

4.2.2.1. Pengaruh Variabel Sistem Infromasi Reservasi Hotel Online (X Terhadap Kualitas Layanan (Y)

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 12.0 for Windows* maka diperoleh nilai koefisien jalur Sistem Infromasi Reservasi Hotel Online (X Terhadap Kualitas Layanan (Y) adalah sebagai berikut.

Tabel 4.25
Koefisien Jalur Implementasi Sistem Infromasi Reservasi Hotel Online (X Terhadap Kualitas Layanan (Y)

Coefficients(a)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,219	4,227		4,074	,000
	X	,807	,078	,725	10,305	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.25 di atas diperoleh nilai *standardized coefficient* sebesar 0,725. Nilai tersebut merupakan nilai koefisien jalur sistem informasi reservasi hotel online terhadap kualitas layanan (P_{YX}). Koefisien jalur adalah pengaruh langsung dari implementasi sistem informasi reservasi hotel online terhadap kualitas layanan.

Presentase peranan variabel atau besarnya kontribusi variabel sistem informasi reservasi hotel online terhadap kualitas layanan ditunjukkan oleh

besarnya koefisien determinasi. Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 12.0 for Windows* maka diperoleh nilai koefisien determinasi sistem informasi reservasi hotel online terhadap kualitas layanan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.26
Koefisien Determinasi Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (X) Terhadap Kualitas Layanan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,725[a]	,525	,520	6,11969

a. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan tabel 4.26 di atas diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,525. Nilai ini mempunyai arti bahwa besarnya pengaruh sistem informasi reservasi hotel online terhadap kualitas layanan adalah sebesar 52,5%, sementara sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar sistem informasi reservasi hotel online.

4.2.2.2. Pengaruh Variabel Sistem Infromasi Reservasi Hotel Online (X dan Kualitas Layanan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)

Presentase peranan variabel atau besarnya kontribusi variabel sistem informasi reservasi hotel online bersama-sama dengan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi. Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 12.0 for Windows* maka diperoleh nilai koefisien determinasi sistem informasi reservasi hotel online

bersama-sama dengan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.27
Koefisien Korelasi Multipel
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,367(a)	,135	,116	6,03042

a Predictors: (Constant), Y, X

Tabel di atas menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.135, hal ini berarti bahwa 13.5 % variabilitas variable loyalitas pelanggan (Z) dapat diterangkan oleh variabel bebas dalam hal ini variable sistem informasi reservasi hotel online (X) dan kualitas layanan (Y), yang juga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh bersama-sama antara variable sistem informasi reservasi hotel online (X) dan kualitas layanan (Y) terhadap loyalitas pelanggan (Z) sebesar koefisien determinasi (R^2 = 13.5 %) atau ini juga dapat diartikan bahwa pengaruh variabel-variabel di luar model yaitu sebesar 1 – R^2 = 0.86.5 (*error*). Besarnya nilai koefisien jalur dari masing-masing variabel terikat adalah sebagai berikut

Tabel 4.28
Nilai-nilai Standardized Coefficients

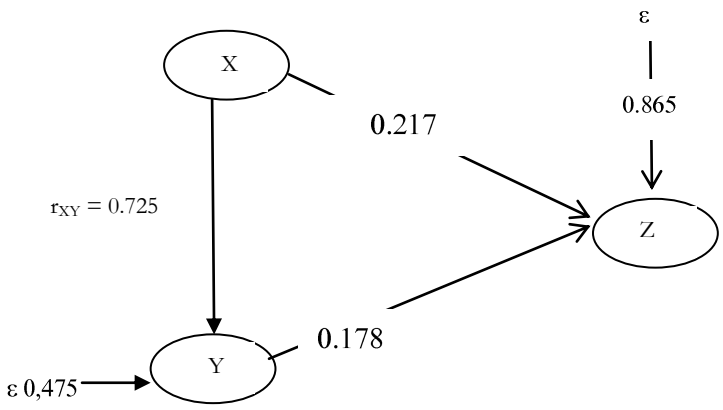
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,909	4,511		3,749	,000
	X	,175	,112	,217	1,563	,121
	Y	,130	,101	,178	1,288	,201

a. Dependent Variable: Z

Mengacu pada tabel koefisien korelasi multipel untuk struktur yang diuji,

nilai koefisien determinasi multipel dan seluruh variabel *eksogenus* yang diuji adalah sebesar R^2 = 13.5 %, nilai determinasi multipel ini merupakan kuadrat dari nilai koefisien korealsi multiple R = 0.367. Berdasarkan nilai-nilai koefisien jalur tersebut dapat dihitung bahwa besarnya pengaruh sistem informasi reservasi hotel online (X) ke loyalitas pelanggan (Z) adalah sebesar 0.217, pengaruh kualitas layanan (Y) ke loyalitas pelanggan (Z) adalah sebesar 0.178, dengan besarnya pengaruh variabel lain adalah sebesar 0.865, untuk lebih jelasnya besar pengaruh dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 4.14

Besarnya Pengaruh Pengaruh X dan Y ke Z

Perhitungan yang menghasilkan besarnya nilai-nilai pengaruh tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. **Pengaruh Sistem Informasi Reservasi Hotel Online Dapat Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung.**

Unsur-unsur untuk menghitung besarnya nilai koefisien pengaruh X terhadap Z adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh langsung

$Z \leftarrow X \rightarrow Z = \rho_{ZX} \cdot \rho_{ZX}$

$= (0.217)(0.217)$

$= 0.0471$

b. Pengaruh tidak langsung

$Z \leftarrow X \Omega Y \rightarrow Z = \rho_{ZX}.r_{XY}. \rho_{ZY}$

$= (0.217)(0.725)(0.178)$

$= 0.0280$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung variabel X terhadap Z adalah:

$(Z \leftarrow X \rightarrow Z)+(Z \leftarrow X\Omega Y \rightarrow Z)$

$= 0.0471+0.0280$

$= 0.0751$

Dengan demikian interpretasinya adalah sebagai berikut :

- Pengaruh X terhadap Z = 4,71 %
- Pengaruh X terhadap Z melalui Y = 2.80 %

Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung variabel X terhadap Z adalah 7,51 %. dengan arah positif. Artinya loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi secara dominan oleh sistem informasi reservasi hotel online.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Unsur-unsur untuk menghitung besarnya nilai koefisien pengaruh Y terhadap Z adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh langsung

$Z \leftarrow Y \rightarrow Z = \rho_{ZY} \cdot \rho_{ZY}$

$= (0.178)(0.178)$

$= 0.0317$

c. Pengaruh tidak langsung

$Z \leftarrow X \Omega Y \rightarrow Z = \rho_{ZX}.r_{XY}. \rho_{ZY}$

$= (0.217)(0.725)(0.178)$

$= 0.0280$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung variabel Y terhadap Z adalah:

$(Z \leftarrow X \rightarrow Z)+(Z \leftarrow X \Omega Y \rightarrow Z)$

$= 0.0317+0.0280$

$= 0.0597$

Dengan demikian interpretasinya adalah sebagai berikut :

- Pengaruh Y terhadap Z =3.17%
- Pengaruh X terhadap Z melalui Y =2.80 %

Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung variabel Y terhadap Z adalah 5,97 %. dengan arah positif. Artinya loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi secara dominan oleh kualitas layanan.

4.2.3 Hasil Analisis dan uji Hipotesis

4.2.3.1. Pengujian Simultan

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis secara simultan untuk model pengaruh diatas dengan hipotesis :

H_0 ; $\rho = 0$, Secara simultan sistem informasi reservasi hotel *online* tidak dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung secara signifikan.

H_1 ; $\rho \neq 0$, Secara simultan sistem informasi reservasi hotel *online* dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung secara signifikan.

Statistik uji yang digunakan untuk pengujian hipotesis diatas adalah statistik uji F, kemudian untuk titik kritis, tolak H_0 apabila nilai taraf signifikan < 0.05 berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan software SPSS 12.0 maka didapat output sebagai berikut :

Tabel 4.29
ANOVA

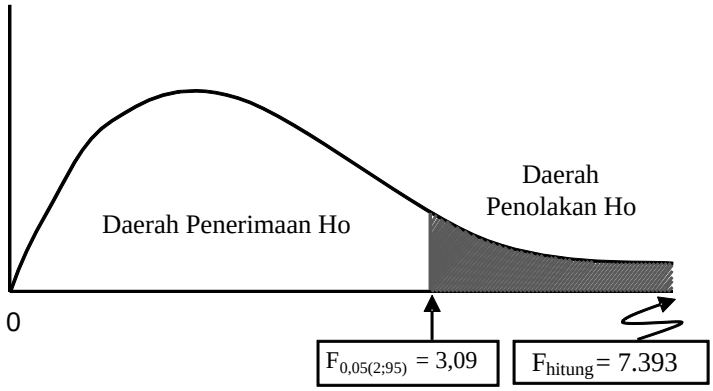
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	537,731	2	268,866	7,393	,001[a]
	Residual	3454,764	95	36,366		
	Total	3992,495	97			

a. Predictors: (Constant), Y, X
b. Dependent Variable: Z

Tabel di atas memperlihatkan Uji ANOVA atau F_{test} , didapat F hitung adalah 7.393 dengan tingkat signifikasi 0.001. Karena F_{hitung} (7.393) lebih besar

dibanding F_{tabel} (3,09) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menolak Ho dan menerima hipotesis penelitian (H_1), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan terjadi hubungan dan pengaruh yang signifikan secara simultan antara variable sistem informasi reservasi hotel online sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung.



Gambar 4.15
Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Uji Simultan Dampak Sistem informasi Reservasi Hotel Online dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada gambar 4.15 dapat dilihat t_{hitung} jatuh pada daerah penolakan Ho, sehingga disimpulkan bahwa sistem informasi reservasi hotel santika Bandung dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung.

4.2.3.2. Pengujian Parsial

Selanjutnya dihitung secara parsial besarnya kontribusi/masing-masing pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, kemudian dilakukan

uji signifikansi untuk masing-masing koefisien tersebut dengan tujuan mendapatkan kesimpulan yang lebih eksak dari hasil penelitian. Pengujian hipotesis dimulai dari uji sub struktur pertama, dan dilanjutkan dengan uji sub struktur kedua (model lengkap).

a) Sistem informasi Reservasi Hotel *Online* Dapat Meningkatkan Kualitas Layanan

Hipotesis pertama yang akan diuji adalah dampak sistem informasi reservasi hotel online terhadap kualitas layanan. Diduga bahwa sistem informasi reservasi hotel online dapat meningkatkan kualitas layanan di Hotel Santika Bandung dengan signifikan. Untuk membuktikan hipotesis tersebut dilakukan pengujian terhadap hipotesis statistik berikut.

H_{01}: $\rho = 0$ Sistem informasi reservasi hotel *online* tidak meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Santika Bandung

H_{11}: $\rho \neq 0$: Sistem informasi reservasi hotel *online* meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Santika Bandung.

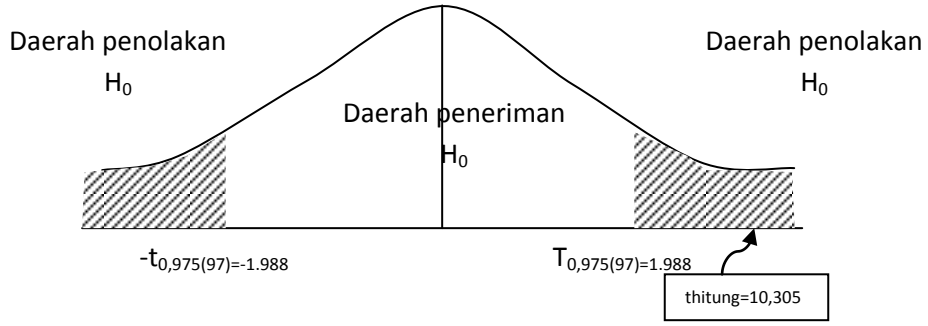
Hipotesis statistik diatas akan diuji menggunakan uji t dan rangkuman hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.30

Uji Pengaruh Variabel Sistem informasi Reservasi Hotel *Online* Terhadap Kualitas Layanan Di Hotel Santika Bandung

Koefisien Jalur	t_{hitung}	t_{tabel} db = 97	signifikansi	R^2_{YX}	Kesimpulan
0.725	10,305	1,988	<0,000	0.525	Signifikan

Berdasarkan tabel pengujian diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} sebesar 10,305 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,000. Karena t_{hitung} (10,305) lebih besar dibanding t_{tabel} (1,988) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menolak H_{01} dan menerima hipotesis penelitian (H_{11}), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dipengaruhi secara signifikan oleh sistem informasi reservasi hotel *online* Hotel Santika Bandung. Besarnya kontribusi atau pengaruh sistem informasi reservasi hotel *online* dalam meningkatkan kualitas layanan di Hotel Santika Bandung adalah 52,5 %, sedangkan sisanya 47,5 % merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti seperti Jaringan.



Gambar 4.16

Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Uji Pengaruh Sistem informasi Reservasi Hotel Online terhadap kualitas layanan

Pada gambar 4.16 dapat dilihat t_{hitung} jatuh pada daerah penolakan Ho, sehingga disimpulkan bahwa sistem informasi reservasi hotel santika Bandung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan.

b) Sistem informasi Reservasi Hotel *Online* Dapat Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung.

Hipotesis kedua yang akan diuji adalah dampak sistem informasi reservasi hotel online terhadap loyalitas pelanggan. Diduga bahwa sistem informasi reservasi hotel online dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung dengan signifikan. Untuk membuktikan hipotesis tersebut dilakukan pengujian terhadap hipotesis statistik berikut.

H_{02}: $\rho = 0$ Sistem informasi reservasi hotel *online* tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung

H_{12}: $\rho \neq 0$: Sistem informasi reservasi hotel *online* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung.

Hipotesis statistik diatas akan diuji menggunakan uji t dan rangkuman hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut.

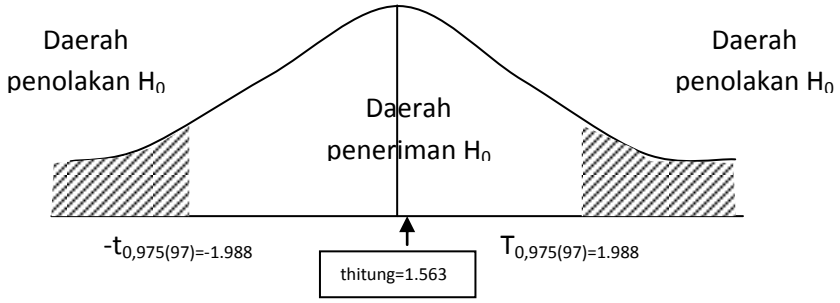
Tabel 4.31

Uji Pengaruh Variabel Sistem informasi Reservasi Hotel *Online* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung

Koefisien Jalur	t_{hitung}	t_{tabel} db = 97	Signifikansi	R^2_{ZX}	Kesimpulan
0.217	1,563	1.988	<0,121	0.0471	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel pengujian diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} sebesar 1.563 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,121. Karena t_{hitung} (1.563) lebih kecil dibanding t_{tabel} (1,988) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menerima H_{02} dan menolak hipotesis penelitian (H_{12}), sehingga dengan

tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung tidak signifikan dipengaruhi oleh sistem informasi reservasi hotel *online* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung. Besarnya kontribusi atau pengaruh sistem informasi reservasi hotel *online* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung adalah 4,71 %, sedangkan sisanya 95,29 % merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti seperti harapan dan kepuasan para tamu, biaya, ketersediaan jenis kamar.



Gambar 4.17

Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Uji Pengaruh Sistem informasi Reservasi Hotel Online terhadap loyalitas pelanggan

Pada gambar 4.17 dapat dilihat t_{hitung} jatuh pada daerah penerimaan Ho, sehingga disimpulkan bahwa sistem informasi reservasi hotel online secara parsial tidak signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

c) Kualitas Layanan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung.

Hipotesis ketiga yang akan diuji adalah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Diduga bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan

loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung dengan signifikan. Untuk membuktikan hipotesis tersebut dilakukan pengujian terhadap hipotesis statistik berikut.

H_{03}: $\rho = 0$ Kualitas layanan tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung

H_{13}: $\rho \neq 0$: Kualitas Layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung.

Hipotesis statistik diatas akan diuji menggunakan uji t dan rangkuman hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.32

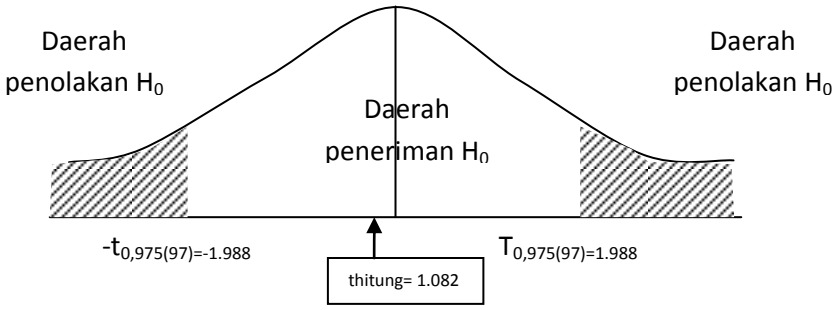
Uji Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung

Koefisien Jalur	t_{hitung}	t_{tabel} db = 96	signifikansi	R^2_{ZX}	Kesimpulan
0.178	1.288	1.988	<0,201	0.0317	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel pengujian diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} sebesar 1,288 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,212. Karena t_{hitung} (1,288) lebih kecil dibanding t_{tabel} (1,988) maka pada tingkat kekeliruan 5% ada alasan yang kuat untuk menerima H_{03} dan menolak hipotesis penelitian (H_{13}), sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung tidak signifikan dipengaruhi kualitas layanan. Besarnya kontribusi atau pengaruh kualitas layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung adalah 3,17 %, sedangkan sisanya 96.83 %

merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti seperti pelayanan prima dimana Menurut Swastika (3:2005) "pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu".

.



Gambar 4.18

Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Pada Uji Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

Pada gambar 4.18 dapat dilihat t_{hitung} jatuh pada daerah penerimaan Ho, sehingga disimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial tidak signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.