BAB IV

HASI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Anggrek Shopping Hotel diresmikan pada tanggal **9 September 2009** oleh Bapak Boedi Siswanto Basuki selaku Presiden Komisaris PT. Akur Pratama yang merupakan badan usaha dari Toserba YOGYA. Anggrek Shopping Hotel terletak di pusat keramaian kota Bandung yaitu di Jln. LL. RE. Martadinata atau lebih dikenal dengan nama jalan Riau yang dikelilingi oleh pusat perbelanjaan seperti Riau Junction dan Bandung Indah Plaza (BIP), Factory Outlet seperti Heritage dan Renariti, Clothing Distro seperti Ouval Clothing dan berbagai tempat lainnya, selain itu letaknya yang berdekatan dengan Jln. Ir. H. Djuanda atau lebih dikenal dengan Jalan Dago menjadi daya tarik lebih bagi para wisatawan baik domestic maupun mancanegara.

Anggrek Shopping Hotel pada mulanya merupakan sebuah hotel kecil yang bernama Anggrek Golden yang memiliki fasilitas kamar berjumlah 70 kamar. Pada bulan Februari 2009 Hotel Anggrek Golden diambil alih oleh Toserba Yogya dan dilakukan pembaharuan disegala bidang termasuk disisi manajemen operasionalnya.

Anggrek Golden dipugar pada bulan Februari 2009. Bangunannya di dikerjakan oleh PT. Kontruksi Kosindo (PT. KK) sedangkan interiornya

dikerjakan oleh PT. Impact. Jumlah kamar yang tadinya 70 kamar dikurangi menjadi 41 kamar dengan memperbesar luas dari kamar – kamar tersebut yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan pada tamu yang menginap. Walaupun dikategorikan sebagai hotel bintang dua tetapi Hotel Anggrek memiliki fasilitas kamar yang cukup lengkap, seperti *safety deposit box*, *internet access by wire*, *hot and cold shower* dan beberapa fasilitas lain yang sekelas dengan fasilitas kamar yang dimiliki hotel berkategori bintang empat. Selain itu ditambahkan pula fasilitas lain seperti restaurant dan lounge yang diberi nama *L2 Restaurant* dan *Purple Lounge* yang ditujukan untuk kemudahan tamu yang hendak makan atau sekedar bertemu dengan klien. Sejalan dengan pembaharuan yang dilakukan, Hotel Anggrek Golden berganti nama menjadi Anggrek Shopping Hotel. Pemilihan nama tersebut bukan tanpa alasan, *tagline* "Shopping Hotel" diambil karena tersedianya akses langsung dari hotel ke Riau Junction yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan terkemuka di kota Bandung. Dengan tersedianya akses tersebut maka akan semakin mempermudah tamu dalam hal memenuhi kebutuhan mereka sehari – hari, karena di Riau Junction tersedia berbagai macam barang mulai dari swalayan yang menyediakan berbagai macam barang kebutuhan sehari – hari hingga *fashion* area yang menyediakan berbagai macam baju dan celana serta aksesoris dari berbagai merk.

Berbeda dengan hotel sebelumnya, Anggrek Shopping Hotel yang lebih berkonsep dan berkelas ini pun memiliki arti dalam logo yang merupakan siluet dari bunga anggrek :



Logo Description

1. 3 kelopak merupakan siluet dari jenis bunga anggrek.
2. 3 kelopak tersebut menggambarkan tiga pihak yang menjadi landasan berdirinya hotel adalah :
    a. Owner
    b. Manajemen
    c. Tamu
3. 1 kelopak bunga tengah yang mengarah ke atas diartikan sebagai ketakwaan terhadap Tuhan YME.
4. 2 kelopak lainnya diartikan sebagai hubungan yang terjalin dengan dinamis dan harmonis terhadap sesama, hubungan yang dapat memberi makna untuk memperkuat landasan dari logo Anggrek Shopping Hotel.
5. Logo dicondongkan ke arah kanan karena kanan lebih diasosiasikan dengan hal-hal yang positif.
6. Penggunaan warna ungu tua dikarenakan ungu tua mengandung kesan magis dan tergolong warna yang megah, royal, ningrat, dan elegan.
7. Jenis Font menggunakan Sans Serif karena dapat memunculkan kesan modern, sesuai dengan konsep hotel.

8. Font “anggrek” menggunakan huruf kecil dimaksudkan untuk memberikan kesan bahwa hotel anggrek merupakan hotel yang ramah, akrab, rendah hati dan tidak angkuh.

4.1.2 COMPANY PROFILE ANGGREK SHOPPING HOTEL

ANGGREK SHOPPING HOTEL merupakan hasil perwujudan dari *recovery image* yang menghasilkan konsep hotel minimalis modern, sebagai realisasi sebuah tekad yang kuat dalam upaya meningkatkan apresiasi budaya Indonesia, ditengah nuansa perhotelan yang semakin serba modern. Tekad ini dimiliki oleh perusahaan pemilik hotel ini, yaitu PT. Akur Pratama, dengan motto “*Your Lovely Place To Relax In The Heart Of Bandung*” membangun sebuah hotel yang mengusung tagline “Shopping Hotel” sebagai ciri khas hotel dari hasil *recovery* tersebut. Akhirnya, pada tanggal 9 September 2009 resmilah ANGGREK SHOPPING HOTEL ikur meramaikan perihotelan di kota Bandung

Hotel berbintang dua (namun memiliki standar kualitas bintang empat) yang berlokasi di Jl. LL. RE. Martadinata No. 15 ini memberikan kemudahan bagi tamu untuk menjelajahi daerah shopping jalan Riau yang dipenuhi oleh beberapa factory aoutlet dan distro yang digemari kaum muda. Adanya Akses connecting ke area Riau Junction yang merupakan salahsatu mall terkemuka di Bandung merupakan perwujudan dari keyakinan hotel ini dengan tagline “*Shopping Hotel*”.

ANGGREK SHOPPING HOTEL memiliki kelebihan tersendiri dibanding hotel bintang dua lainnya yaitu dengan fasilitas yang menyetarakan dengan hotel bintang empat seperti layar TV LCD dengan 56 international channel dan safe deposit box ukuran laptop. Selain itu, tidak semua hotel memberikan fasilitas *free*

pick up stasiun, bandara, dan factory outlet apabila tamu tidak membawa kendaraan sendiri. Kami menghadirkan pelayanan dengan mengutamakan kenyamanan tamu

ANGGREK SHOPPING HOTEL hanya memiliki 41 kamar lux yang terbagi menjadi: 23 kamar *Superior*, 14 kamar *Deluxe*, 2 kamar *Junior Suite* dan 2 kamar *Family Suite* yang dilengkapi dengan fasilitas *living room* didalam kedua *suite room* serta *housekeeping* dan *security service* 24 jam. Selain itu, ANGGREK SHOPPING HOTEL memiliki L2 Restaurant yang menyajikan makanan unggulan seperti berbagai pilihan Steak . Tamu ANGGREK SHOPPING HOTEL pun akan dimanjakan dengan Purple Lounge yang melayani tamu 24 jam dan dilengkapi dengan *free* wifi untuk kenyamanan tamu.

ANGGREK SHOPPING HOTEL merupakan pencerminan terhadap konsep minimalis modern namun bercitarasa tinggi. Menjadikan pilihan hotel yang tepat bagi para wisatawan domestik dan mancanegara yang berlibur ke Bandung, baik untuk pribadi, keluarga dan rombongan perusahaan-perusahaan di Indonesia.

<u>VISI DAN MISI ANGGREK SHOPPING HOTEL :</u>

1. Visi :

   "*Your Lovely Place To Relax In The Heart Of Bandung*"

   Kami menjanjikan kenyaman hotel baru dan kebersihan setiap sudut hotel dengan pelayanan *housekeeping* 24 jam. Sehingga tamu akan merasa layaknya dirumah ketika melepas lelah usai beraktifitas.

2. Misi :

   a. Mewujudkan '*Excellent Service*' dengan Personal Service kepada seluruh tamu ANGGREK SHOPPING HOTEL.

   b. Memenuhi keinginan tamu sebagai bentuk kenyamanan dan kepuasan menginap di ANGGREK SHOPPING HOTEL.

IDENTITAS ANGGREK SHOPPING HOTEL :

Nama Badan Hukum : PT. Akur Pratama

Penanggung Jawab : Yogie Basuki

No. Anggota PHRI : 12-01.0103.175

Alamat : Jl. LL. RE. Martadinata No. 15
Bandung 40115

No. Tlp / Fax : +6222.4260868 / +6222.4200649

Email : reservation@anggrekhotelbandung.com

Penanggung Jawab Departemen Dalam Anggrek Shopping Hotel :

NO	*NAMA*	*JABATAN*	*DEPARTEMEN*
1	Yogie Basuki	Komisaris	Direksi
2	Lukmanul Hakim	General Manager	Admin & General
3	Risma Febryani	Executive Secretary	Admin & General
4	Pratiwi	Front Office Manager	Front Office
5	M. Syahroni	Chief Engineer	Engineering
6	Didin	Executive Housekeeper	Housekeeping
7	Leonardo	Restaurant Manager	Food & Beverage
8	David Suhardja	Executive Chef	Kitchen
9	Emiliana	Purchasing	Purchasing
10	Feiny	Finance	Accounting & Finance
11	Yessi Kristiani	Accounting	Accounting & Finance

4.2. Pembahasan Penelitian

Bagian ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 konsumen Anggrek Shopping Hotel Bandung. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang di identifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel dalam penelitian ini, yaitu Pelayanan Prima, Harga, dan Loyalitas Pelanggan.

Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

4.2.1. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Pria	52	52
Wanita	48	48
Total	**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin pria sebesar 52% sementara jumlah terkecil responden berjenis kelamin wanita sebesar 48%.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah Pria. Hal tersebut dikarenakan pria lebih dominan bepergian ke laur kota baik karena bisnis ataupun untuk liburan dan menginap beberapa hari di hotel yang ditentukan dan pria lebih gengsi sehingga menginap di hotel dari pada tempat penginapan biasa . dan kenapa wanita lebih sedikit hal ini menunjukkan bahwa wanita lebih jenderung memikirkan hal-hal yang sangat penting untuk mengeluarkan uang dan wanita tidak begitu tertarik untuk menginap di hotel dan wanita biasanya jarang untuk bepergian keluar kota kecuali orang-orang tertentu yang mempunyai usaha

di luar kota atau bisnis dan biasanya cenderung dengan orang-orang yang perekonomiannya diatas rata-rata.dan wanita biasanya lebih mencari tempat-tempat yang murah atau tempat penginapan biasa.

Menurut Sudarmo (2010:98) antara wanita dan laki-laki cenderung memiliki gaya hidup yang berbeda. wanita cenderung memiliki perilaku yang demokratis dan partisipatif yang mengacu pada kepentingan internal atau kebutuhan rumah tangga sehinggan tidak terlalu senang untuk mengeluarkan uang untuk menginap di hotel dan biasanya wanita lebih suka untuk berbelanja dan berbeda dengan pria yang cenderung lebih transaksional yakni gaya hidup yang mengarah pada prilaku gengsi dan pengen terlihat wah.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	%
< 25 Tahun	0	0
26-35 Tahun	32	5
36-45 Tahun	**48**	**65**
>45 Tahun	20	30
Total	**100**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2018

Tabel di atas menggambarkan usia responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 100 responden, 32orang (5%) diantaranya berusia kurang dari 26 – 35 tahun, karena dianggap pada usia tersebut belum memiliki jiwa kepribadian yang gengsi dan bergaya hidup yang berlebihan dan biasanya pada usia tersebut merupakan usia yang masih rentan untuk memikirkan hal-hal yang bersangkutan dengan gaya hidup biasa dan biasanya usia tersebut masih focus untuk meningkatkan karier sehingga jarang menginap di hotel, 48 orang (65%)

diantaranya berusia antara 36-45 tahun usia ini menunjukkan bahwa lebih banyak menginap di hotel karena didorong dengan gaya hidup yang bergengsi sehingga memacu untuk lebih sering menginap di hotel dan biasaya dengan usia ini lebih sering memikirkan hal-hal yang berkaitan dnegan gaya hidup moderen, 20 orang (30%) diantaranya berusia lebih dari 48 tahun, karena pada usia tersebut merupakan usia yang dianggap sudah dewasa dan sudah memiliki pengalaman dalam mengambil suatu pilihan atau dalam mengambil keputusan untuk menginap di hotel dan lebih senang menginap dihotel daripada dirumah sendiri disamping pelayanan hotel yang bagus dan juga harga yang relative murah . Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden adalah antara dari 36-45 tahun.

Dyne dan Graham (2008:137) menyatakan bahwa, "konsumen atau pemilik suatu usaha yang memiliki usia lebih tua cenderung lebih mempunyai rasa ketertarikan atau komitmen pada gaya hidup yang bergengsi dibandingkan dengan yang berusia muda sehingga meningkatkan loyalitas mereka pada hotel yang sering dikunjungi atau bahkan hanya untuk makan saja di hotel. Hal ini bukan saja disebabkan karena lebih lama menjadi pengunjung setia , tetapi dengan usia tuanya tersebut, makin sedikit kesempatan untuk bekerja keras atau memiliki usaha sehingga lebih sering memikirkan menginap di hotel-hotel yang berbintang karena dalam pikirannya kebahagian yang harus perlu di dapatkan.

4.2.2. Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap tanggapan responden berdasarkan persentase skor tanggapan responden.

4.2.2.1. Analisis Deskriptif Pelayanan Prima sebagai Variabel X_1

Bagian ini akan diuraikan data tanggapan responden mengenai Pelayanan Prima sebanyak 100 orang yang merupakan konsumen di Anggrek Shopping Hotel Bandung, Skor jawaban responden diklasifikasikan berdasarkan skor aktual dan skor ideal menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\ \%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan
b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertingi.

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator Pelayanan Prima dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kemampuan

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
1.	Karyawan anggrek shopping hotel sudah berkomunikasi dengan baik	Sangat Setuju	5	7	7
		Setuju	4	28	28
		Cukup setuju	3	60	60
		Tidak Setuju	2	5	5
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah),2018

Berdasarkan item pernyataan "Karyawan anggrek shopping hotel sudah berkomunikasi dengan baik", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 60% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen merasa cukup puas dengan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen diantaranya adalah dengan selalu menyapa konsumen.responden 5% mengatakan tidak setuju karena sebagian karyawan tidak melakukan sop sesuai standar dan komunikasih yang kurang baik sehingga sebagian konsumen kurang merasa puas .28% responden mengatakan bahwa komunikasi karyawan anggrek shopping hotel sudah cukup baik sehingga konsumen bisa lebih nyaman dan nyatai dalam berinteraksi dengan karyawan dan menimbulkan rasa kepercayaan dalam meminta bantuan ke karyawan angrek shopping hotel dan 7 % respondens mengatakan setuju bahwa karyawan anggrek shopping hotel sudah berkomunikasi dengan baik itu artinya sebagian tamu sudah terlayani dengan baik dari segi pelayanan yang prima.

2. Sikap

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
2.	Sikap karyawan Anggrek Shopping Hotel baik	Sangat Setuju	5	5	5
		Setuju	4	40	40
		Cukup setuju	3	53	53
		Tidak Setuju	2	2	2
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah),2018

Berdasarkan item pernyataan "Sikap karyawan Anggrek Shopping Hotel baik", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 53% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen merasa cukup setuju dengan sikap karyawan yang memberikan kepuasan kepada konsumen dengan bersikap ramah. 40% responden menjawab setuju bahwa sikap karyawan anggrek shopping hotel baik itu dikarenakan banyak tamu atau pengunjung hotel yang merasa dirinya sudah dilayani dengan sikap yang ramah dan penuh rasa tanggung jawab dalam melayani konsumen baik dari pelayanan maupun tempat yang yang bersih dan nyaman, tamu senang akan menimbulkan pembelian lini produk dan akan sering menginap di hotel anggrek shopping hotel Bandung

Menurut setiono Dkk(2012:199)setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan pelanggan.

3. Penampilan

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
3.	Penampilan karyawan Anggrek Shopping Hotel menarik	Sangat Setuju	5	5	5
		Setuju	4	44	44
		Cukup setuju	3	49	49
		Tidak Setuju	2	2	2
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Penampilan karyawan Anggrek Shopping Hotel menarik", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 49% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen merasa cukup setuju dengan penampilan karyawan yang dirasa sudah cukup rapih. 44% respondens mengatakan setuju dimana penampilan karyawan sudah dapat membuat tamu ataupun pengunjung tertarik dan merasa nyaman dengan penampilan semua team yang bekerja dalam melayani tamu hotel ketertarikan penampilan memacu pada pembelian ulang dan pembelian lini produk, dan jawaban tamu hotel ini di jadikan satu motivasi agar karyawan selalu berpenampilan menarik setiap hari.5% respondens sangat setuju dengan penampilan karyawan anggrek shopping hotel dimana penampilan yang menarik itu bisa menjadi salah satu daya tarik buat konsumen atau tamu, penampilan menarik dilihat dari kebersihan, seragam, dan wangi kayawan sehingga tamu hotel ataupun penginap senang untuk menginap dan berkunjung kembali.

Menurut setiono Dkk(2012:199) penampilan seseorang baik yang besifat fisik maupun non fisik yang mampu mereflesikan kemampuan deviden kredibilitas dari pihk lain.

4. Perhatian

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
4.	Perhatian yang diberikan karyawan bisa membuat anda senang	Sangat Setuju	5	7	7
		Setuju	4	39	39
		Cukup setuju	3	44	44
		Tidak Setuju	2	10	10
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Perhatian yang diberikan karyawan bisa membuat anda senang", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 44% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen sudah merada cukup puas dengan perhatian konsumen diantaranya adalah pelayanan pembersihan kamar.39% respondens mengatakan setuju itu berarti perhatian yang dilakukang karyawan anggrek shopping hotel sudah bisa dikatang bagus dan bisa membuat konsumen nyaman dan berpikir untuk kembali menginap di hotel anggrek shopping hotel perhatian yang baik dapat membuat tamu lebih cenderung senang berinteraksi dan ngobrol bagaikan teman biasa .7% menjawab setuju artinya dalam dunia kerja apalagi dalam pelayanan prima perlu memperhatikan kebutuhan tamu hotel atau kita harus memberikan perhatian lebih yang membuat tamu hotel nyaman dan senang dan bahkan

bahagia dengan perhatian yang diberikan karyawan angrek shopping hotel .10% respondens menjawab tidak setuju karena perhatian yang diberikan masih belum maximal dalam hal ini perlu di perhatikan tamu hotel berbagaimacam karakter sehingga setiap tamu harus diberi perhatian .

Menurut Setiono Dkk(2012:1999)perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keingian pelanggan maupun peramahan atas saran dan kritikan seorang pelanggan.

5. Tindakan

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
5.	Tindakan yang dilakukan karyawan dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan anda	Sangat Setuju	5	0	0
		Setuju	4	36	36
		Cukup setuju	3	56	56
		Tidak Setuju	2	8	8
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan “Tindakan yang dilakukan karyawan dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan anda”, dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 56% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa cukup puas dengan tindakan karyawan yang cukup tanggap terhadap kebutuhan konsumen.36% respondens menjawab setuju itu artinya pelanggan merasa sudah memdapat pelayanan yang baik dari karyawan anggrek shopping hotel sehinggan membuat mereka lebih suka menginap di hotel ini kebutuhan

yang di butuhkan cepat di dapatkan dan tindakan yang dilakukan bisa dikatakan cepat dan tepat.8% respondens mengatakan tidak setuju hal ini di sebabkan oleh sebagian karyawan masih belum bisa bertidak cepat memenuhi kebutuhan pelangggan atau tamu sehingga pelanggan merasa dia belum terlayani dengan baik melaului tindakan yang kurang cepat dan tepat dari hal ini perlu ada peningkatan keterampilan karyawan dalam memnuhi kebutuhan pelanggan.kenapa pelanggan tidak ada yang memilih sangat setuju itu dikarenakan tindakan atau kekurangan kepekaan karyawan belum maximal secara keseluruhan.

Menurut Setiono tahun 2012:199 ,melakukan sesuatu harus ada tindakan .tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan.

6. Tanggung Jawab

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
6.	Karyawan mempunyai rasa tanggung jawab disaat membantu anda	Sangat Setuju	5	0	0
		Setuju	4	29	29
		Cukup setuju	3	61	61
		Tidak Setuju	2	10	10
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan “Karyawan mempunyai rasa tanggung jawab disaat membantu anda”, dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 61% menjawab cukup setuju. hal ini membuktikan bahwa konsumen cukup merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan

oleh setiap karyawan sesuai dengan tanggung jawabnya.29% respondes menjawab setuju dalam hal tanggung jawab tidak diragukan lagi untuk sebagian orang dan untuk tanggung jawab bekerja dalam melayani pelanggan atau tamu hotel sudah baik sehingga pelanggan puas dan akan loyal dalam menginap di anggrek shopping hotal.

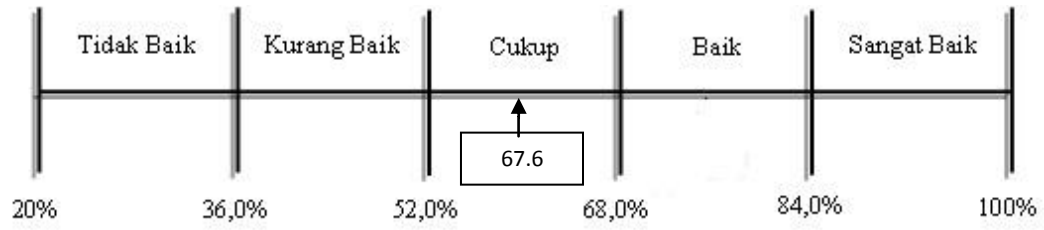
Menurut Setiono dkk(2012:199)melakukan kegitan tentu mempunyai tanggung jawab yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidak puasan pelanggan .

Tabel 4.9
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pelayanan Prima

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Kemampuan	337	500	67.4	Cukup Baik
2.	Sikap	348	500	69.6	Baik
3.	Penampilan	352	500	70.4	Baik
4.	Perhatian	343	500	68.6	Baik
5.	Tindakan	328	500	65.6	Cukup Baik
6.	Tanggung Jawab	319	500	63.8	Cukup Baik
Jumlah		**2027**	**3000**	**Cukup Baik**	
Skor Total		**2027/3000x100%=67.6**			

Sumber:Kuesioner (data diolah), 2018

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



Gambar 4.1

Garis Kontinum mengenai Variabel Pelayanan Prima

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor dengan persentase pada variabel Pelayanan Prima didapatkan hasil sebesar 67%, hasil skor tersebut berada pada kategori Cukup Baik, dengan persentase tertinggi adalah penampilan yaitu sebesar 70.4% berada pada kategori baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah tanggung jawab yaitu sebesar 63.8% berada pada kategori Cukup Baik.

4.2.2.2. Analisis Deskriptif Harga sebagai Variabel X_2

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator Harga dapat dilihat sebagai berikut:

1. **Penilaian Mengenai Harga Secara Keseluruhan**

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
1.	Harga yang di tetapkan di hotel ini sesuai dengan standart umum	Sangat Setuju	5	6	6
		Setuju	4	31	31
		Cukup setuju	3	60	60
		Tidak Setuju	2	3	3
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah),2018

Berdasarkan item pernyataan “Harga yang di tetapkan di hotel ini sesuai dengan standart umum”, dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 60% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen cukup merasa harga yang ditetapkan oleh pihak hotel sesuai standard.31% respondens menjawab setuju itu artitinya harga yang ditetapkan dihotel ini bisa bersaing dengan hotel lain harga yang sesuai

dengan fasilitas yang disediakan bisa membuat konsumen loyal dan puas dan akan datang kemablai berkunjung taupun menginap di anggrek shopping hotel .

Menurut saladin (2003) sejumlah uang sebagai alat tukan untuk memperoleh produk atau mendapat sejumlah kombinasi dari produk dan pelayananya .

2. Respons Terhadap Kenaikan Harga

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
2.	Kenaikan harga sesuai dengan kualitas produknya	Sangat Setuju	5	0	0
		Setuju	4	31	31
		Cukup setuju	3	59	59
		Tidak Setuju	2	10	10
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah),2018

Berdasarkan item pernyataan “Kenaikan harga sesuai dengan kualitas produknya”, dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 59% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen bahwa cukup wajar kenaikan harga yang ditetapkan oleh pihak hotek karena sesuai dengan kebutuhan pihak hotel tersebut.31% respondens menjawab setuju hal ini dapat membuktikan kenaikan harga masih di dalam standar menejemen hotel secara keseluruhan dan kenaikan harga mendapat respons baik dari pelanggan maupun pengunjung anggrek shopping hotel yang masih bisa terjangkau oleh pengunjung .

Menurut rangkuti 2003 ,jika terjadi kenaikan dari satu produk ,sebaiknya dilihat bagaimana respon konsumen terhadap kenaikan harga tersebut apakah akan mempengaruhi keputusan dalam membeli produk tersebut ataukah sebaliknya.

3. Harga Produk Tertentu Di Bandingkan Di Tempat Lain

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
3.	Perbandingan harga di hotel ini dengan hotel lain dapat bersaing	Sangat Setuju	5	7	7
		Setuju	4	26	26
		Cukup setuju	3	55	55
		Tidak Setuju	2	12	12
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Perbandingan harga di hotel ini dengan hotel lain dapat bersaing", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 55% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen merasa perbandingan harga antara hotel ini dengan hotel lain cukup kompetitif.26% respondens menjawab setuju dalam hal ini konsumen merasa masih puas dengan harga yang bisa bersaing dengan hotel lain sehingga konsumen tidak memilih pindah dari anggrek shopping hotel karena harga masih sama bahkan fasilitas anggrek shopping hotel baik.7% respondens menjawab sangat setuju artinya harga yang di tetapkan sudah di bawah rata-rata hotel berbintang pada umunya sehingga pelanggan masih bertahan di anggrek shopping hotel .

Menurut rangkuti (2013) menyatakan bahwa konsumen dalam menentukan produk yang akan di beli akan membandingkan harga tersebut di tempat lain .

Tabel 4.13

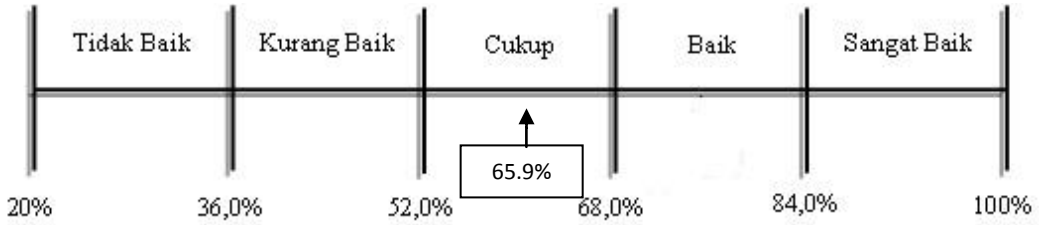
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai

Variabel Harga

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Penilaian Mengenai Harga Secara Keseluruhan	340	500	68	Cukup Baik
2.	Respons Terhadap Kenaikan Harga	321	500	64.2	Cukup Baik
3.	Harga Produk Tertentu Di Bandingkan Di Tempat Lain	328	500	65.6	Cukup Baik
Jumlah		**989**	**1500**	**Cukup Baik**	
Skor Total		**989/1500x100% =65.9%**			

Sumber:Kuesioner (data diolah), 2018

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



Gambar 4.2

Garis Kontinum mengenai Variabel Harga

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor dengan persentase pada variabel Harga didapatkan hasil sebesar 67.8%, hasil skor tersebut berada pada kategori Cukup Baik, dengan persentase tertinggi adalah Penilaian Mengenai Harga Secara Keseluruhan yaitu sebesar 68%. berada pada

kategori Cukup baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah Respons Terhadap Kenaikan Harga sebesar 64.2% berada pada kategori Cukup Baik.

4.2.2.4. Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Y

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator Loyalitas Pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

1. **Melaukan Pembelian Ulang Secara Teratur**

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
1.	Anda pernah melakukan pembelian ulang atau menginap di hotel ini	Sangat Setuju	5	5	5
		Setuju	4	35	35
		Cukup setuju	3	43	43
		Tidak Setuju	2	17	17
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Anda pernah melakukan pembelian ulang atau menginap di hotel ini", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 43% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen cukup sering mengunjungi hotel ini untuk kembali menginap disini.35% respondens menjawab setuju dalam hal ini konsumen merasa hotel ini mampu bersaing dan penetapan harga sesuai dengan standar dan pelayanan yang di lakukan sudah baik dan harga sesuai dengan kualitas sehingga mereka mau menginap kembali .5%

respondens sangat setuju dalam hal ini pengujung sudah puasa dan akan melakukan pembelian ulang dan pembelian lini produk.

Menurut Griffin (2005:31) menyatakan pembelian berulang secara regular kontinuitas pelanggan dalam melakukan pembelian secara teratur yang di tawarkan perusahaan.

2. Membeli Antar Lini Produk atau Jasa

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
2.	Anda pernah melakukan pembelian lini produk di hotel ini	Sangat Setuju	5	5	5
		Setuju	4	30	30
		Cukup setuju	3	61	61
		Tidak Setuju	2	4	4
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Anda pernah melakukan pembelian lini produk di hotel ini", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 61% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen cukup sering membeli hotel yang disediakan hotel ini seperti menu makanan yang diantar ke kamar.30% respondens menjawab setuju dalam hal ini pelanggan merasa puas dengan pelayana prima yang dilakukan dan harga yang di tetapkan perusahaan sehingga mereka mau melakukan pembelian lini produk .5% respondens menjawab sangat setuju artinya segala kebutuhan mereka dapat terpenuhi dengan baik sehingga dalam pembelian lini produk mereka akan loyal.

Menurut Griffin (2005:31) menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan oleh pelanggan adalah berbagai lini produk perusahaan membeli di luar lini produk.

3. Mereferensikan Terhadap Orang Lain

Tabel 4.16

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
3.	Anda pernah merekomendasikan hotel ini ke teman anda	Sangat Setuju	5	0	0
		Setuju	4	29	29
		Cukup setuju	3	59	59
		Tidak Setuju	2	12	12
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Anda pernah merekomendasikan hotel ini ke teman anda dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 59% menjawab cukup setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen cukup pernah merekomendasikan hotel ini kepada orang lain.29% respondens menjawab setuju itu artinya dengan tingkat kepercayaan konsumen dengan anggrek shopping hotel dia mampu merekomendasikannya ke temannya hal ini didorong beberapa factor dari segi pelayanan,harga yang bias membantu dan memuaskan mereka .12% respondens menjawab tidak setuju hal ini menujukkan bahwa masih banyak hal yang membuat pelanggan atau pengunjung tidak mau merekomendasikan terhadap temannya karena keterampil berkomunikasi,

penampilan, tanggungjawab dan harga kurang mampu bersaing biasanya menjadi factor utamanya.

Menurut Griffin (2005:31)menyatakan kesedian pelanggan dalam memberi referensi kepada pihak lain adalah untuk menkonsumsi produk yang di beli.

4. Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Sejenis

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)
4.	Di hotel ini ada produk yang mempunyai daya tarik tersendiri	Sangat Setuju	5	7	7
		Setuju	4	45	45
		Cukup setuju	3	47	47
		Tidak Setuju	2	1	1
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah				**100**	**100**

Sumber: Kuesioner (data diolah) 2018

Berdasarkan item pernyataan "Di hotel ini ada produk yang mempunyai daya tarik tersendiri", dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 47% menjawab cukup setuju. Hal ini membuktikan bahwa konsumen cukup puas terhadap yang disediakan oleh pihak hotel ini yang memiliki daya tarik sendiri diantaranya adalah kedekatan hotel dengan keramaian pusat kota.45% respondens menjawab setuju artinya hotel ini sudah mampu memenuhi kebutuhan pelanggan baik secara internal maupun eksternal dalam hal ini konsumen akan selalu mengingat daya Tarik produk hotel ini sehinggan membuat pelanggan akan selalu loyal terhadap anggrek shopping hotel.7% respondens menjawab sangat

setuju di hotel ini mempunyai daya tarik yang baik sehingga pengunjung akan terus membeli lini produk dan akan sering berkunjung pelayana prima yang baik dan harga yang memuaskan membuat pelanggan mempunyai daya Tarik tersendiri terhadap anggrek shopping hotel.

Menerut saepul anwar,(2008:33)menyatkan bahwa nilai merek suatu produk menjadi salah satu daya tarik untuk barang sejenis .

Tabel 4.18

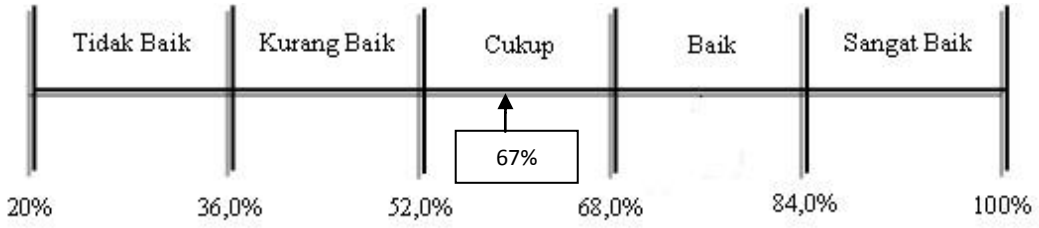
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai

Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur	328	500	65.6	Cukup Baik
2.	Membeli Antar Lini Produk atau Jasa	336	500	67.2	Cukup Baik
3.	Mereferensikan Terhadap Orang Lain	317	500	63.4	Cukup Baik
4.	Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Sejenis	358	500	71.6	Baik
Jumlah		**1339**	**2000**	**Cukup Baik**	
Skor Total		**1339/2000x100% =67%**			

Sumber:Kuesioner (data diolah), 2018

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



Gambar 4.3

Garis Kontinum mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor dengan persentase pada variabel Loyalitas Pelanggan didapatkan hasil sebesar 67%, hasil skor tersebut berada pada kategori Cukup Baik, dengan persentase tertinggi adalah Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Sejenis yaitu sebesar 71.6% berada pada kategori baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah Mereferensikan Terhadap Orang Lain sebesar 63.4% berada pada cukup baik.

4.2.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan dan pada bab sebelumnya diajukan akan diuji dan dibuktikan melalui uji statistik.

4.2.3.1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Pelayanan Prima, Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows*

Berikut merupakan perhitungan regresi linear berganda secara komputerisasi dengan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19.

Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.268	.597		3.798	.000
	Pelayanan Prima	.413	.040	.714	10.307	.000
	Harga	.248	.085	.204	2.936	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar 2.268 sementara untuk bX_1 sebesar 0.413, dan bX_2 sebesar 0.248, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

Nilai a, b_1, b_2 dan b_3 dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= 2.268 + 0.413X_1 + 0.248X_2 + \varepsilon}$$

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 2.268 artinya jika Pelayanan Prima dan Harga bernilai 0, maka Loyalitas Pelanggan akan tetap bernilai 2.268.

Koefisien Regresi Variabel Pelayanan Prima sebesar 0.413 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Pelayanan Prima sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.413.

Koefisien Regresi Variabel Harga sebesar 0.248 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.248.

Hasil penelitian diatas didukung oleh teori menurut puspitasari (2014) bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah didukung oleh pelayanan yang prima dan harga.

4.2.3.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

1) Uji Normalitas

   Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik

   Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.20.

Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

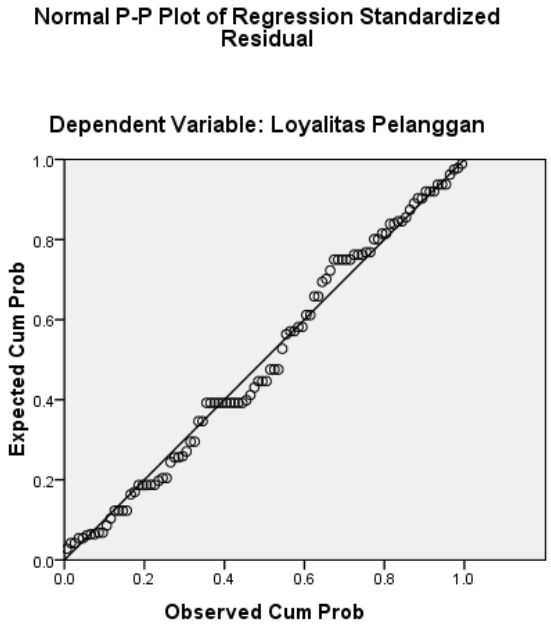
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06706936
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.065
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.821
Asymp. Sig. (2-tailed)		.510

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil Sig sebesar 0.510, hasil 0.510> 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal selanjutnya dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.4
Grafik *Normal Probability Plot*

Berdasarkan grafik *normal probability plot*, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal karena data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

Menurut singgih susanto(2002:393) model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi.Jika terdapat Multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar, tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai sig. correlations> alpha (tingkat ketelitian = 5%) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas.

1. Ho : Tidak terjadi adanya Multikolinear diantara data pengamatan (independent variable).
2. Hi : Terjadi adanya Multikolinear diantara data pengamatan (independent variable)

Jika nilai sig. correlations >alpha (tingkat ketelitian = 5%) maka Ho diterima atau tidak terdapat hubungan yang linear diantara variabel

independen yang ada pada model, sehingga kekhawatiran akibat multikolinearitas dapat dihindari.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *software SPSS 17 for windows* maka hasil uji multikolinieritas yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.21.
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan Prima	.538	1.859
	Harga	.538	1.859

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

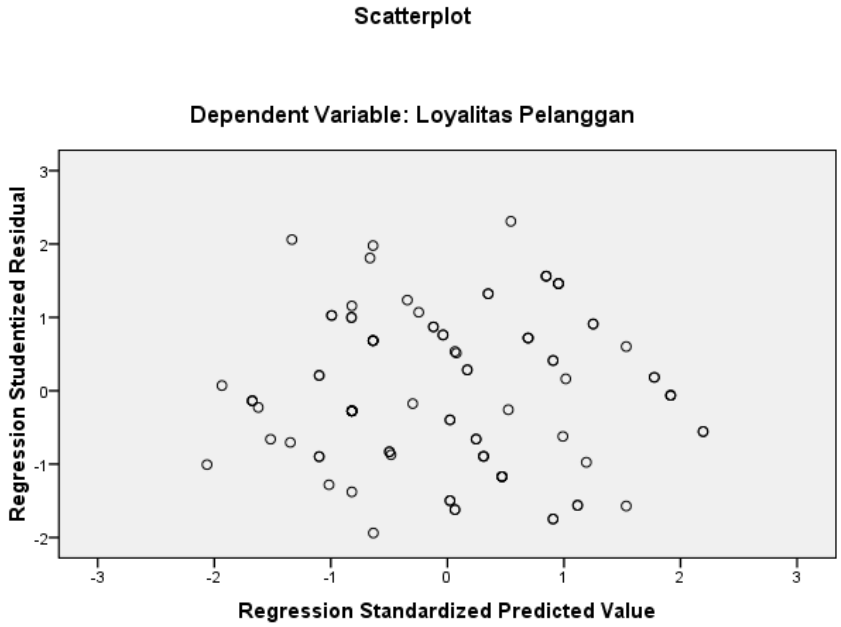
Berdasarkan tabel 4.21, dapat dilihat bahwa Pelayanan Prima, Harga dan Kompensasi menunjukan nilai tolerance> 0,10 dan nilai VIF < 10, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolineritas atau dapat dipercaya dan obyektif.

Menurut Gujarati (2003) Dengan demikian berarti semakin besar korelasi di antara sesama variabel indevenden,maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan yang mengakibatkan standar erornya semakin besar pula.cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan variance inflation factors (VIF)

2) Uji Heteroskedastitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai

prediksi variabel dependen dengan variabel independen.Dari Gambar Scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.5.
Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastitas

Menurut imam Ghozali(2005:105)uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apaka dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain,jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

4.2.3.3. Analisis Korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, berikut hasil analisis korelasi dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

1) Korelasi Secara Parsial antara Pelayanan Prima dengan Loyalitas Pelanggan

   Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Pelayanan Prima dengan Loyalitas Pelanggan digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.22.
Koefisien Korelasi Pelayanan Prima
Dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Pelayanan Prima	Loyalitas Pelanggan
Pelayanan Prima	Pearson Correlation	1	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.853 berdasarkan kriteria (0.81 – `1.00), korelasi Pelayanan Prima dengan Loyalitas Pelanggan memiliki tingkat korelasi tinggi. Nilai korelasi

tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

2) Korelasi Secara Parsial antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.23.
Koefisien Korelasi Harga dengan
Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Harga	Loyalitas Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.689 berdasarkan kriteria korelasi (0.61 – 0.80) Harga dengan Loyalitas Pelanggan memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

3) Korelasi Secara Simultan antara Pelayanan Prima dan Harga dengan Loyalitas Pelanggan

Menurut Umi Narimawati(2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan Y,dapat mengunakan pendekatan korelasi.

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Pelayanan Prima dan Harga dengan Loyalitas Pelanggan digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24.
Koefisien Korelasi Simultan Pelayanan Prima dan Harga Dengan Loyalitas Pelanggan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866[a]	.749	.744	1.07801

a. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan Prima

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.866 berdasarkan kriteria (0.81 – 1.00), korelasi Pelayanan Prima dan Harga dengan Loyalitas Pelanggan memiliki tingkat korelasi tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah.

4.2.3.4. Analisis Koefesien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui peranan semua variabel bebas atas nilai variabel tidak bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien

determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Berikut adalah nilai dari koefisien determinasi hasil dari penghitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.25.
Koefisien Determinasi antara Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866[a]	.749	.744	1.07801

a. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan Prima

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.749 atau 74.9% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Pelayanan Prima dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan sisanya sebesar 25.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah *Citra Merek*, Orientasi Pasar dan lain sebagainya.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu maka dilakukan dengan cara nilai beta X zero order pada output SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.26
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	Pelayanan Prima	.714	.853	.723	.524
	Harga	.204	.689	.286	.149

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

1. Pelayanan Prima (X1) = 0.714 x 0.853 = 0.609 atau 60.9%
2. Harga (X2) = 0.204 x 0.689 = 0.14 atau 14%

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap Loyalitas pelanggan adalah Pelayanan Prima sebesar 60.9%, sementara pengaruh selanjutnya adalah Harga sebesar 14%.

Pelayanan prima mempengaruhi lebih tinggi di bandingkan harga karena harga yang ditetapkan pada anggrek shopping hotel Bandung masih belum sesuai standar keinginan konsumen ,konsumen menganngap harga yang ditetapkan terlalu mahal ini menjadikan pelayanan prima lebih berpengaruh ketika konsumen sedang menginap dan merasa lebih nyaman ketika mendapat pelayanan yang prima dan memicu ke loyalitas pelanggan.

4.2.3.5. Uji Hipotesis

4.2.3.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Digunakan untuk menguji variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individual untuk setiap variabel, yaitu pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial

Taraf Signifikasi : Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria Pengujian :

a. jika nilai t hitung > t tabel maka H_0ditolak, H_1 diterima.
b. jika nilai t hitung < t tabel maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

Maka pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

1) Pengujian Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Pelanggan

   a. H_{01}. $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Pelayanan Prima terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.

   b. H_2. $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Pelayanan Prima terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.

Menurut (Sugiyono, 2009:183) menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antar variabel X dan Y yang dilakukan dengan cara perhitungan analisis koefisien korelasi produck moment atau dikenal dengan rumus pearson.

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil uji-t sebagai berikut:

Tabel 4.27

Tabel Uji T (Parsial)

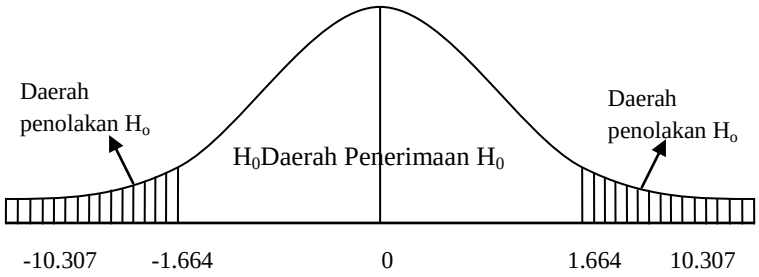
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.268	.597		3.798	.000
	Pelayanan Prima	.413	.040	.714	10.307	.000
	Harga	.248	.085	.204	2.936	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari output tabel 4.27. diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Pelayanan Prima (X_1) sebesar 10.307, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ;

n-k-1) = 0.05 ; 100 – 2 – 1 = (0.05 ; 97) yaitu 1.664, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (10.307>1.664) dan sig (0.000< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.6.
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan gambar 4.6. diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 10.307 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Pelayanan Prima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung.

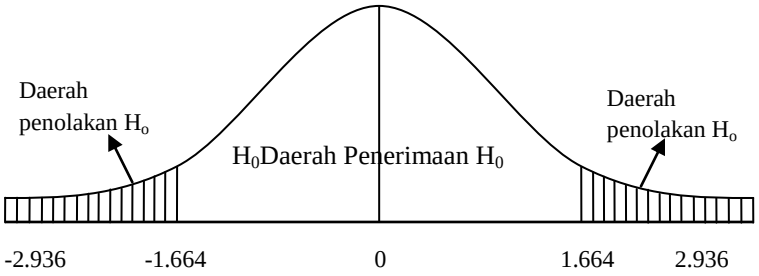
2) Pengujian Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

   a. $H_{01}. \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Harga terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.

   b. $H_2. \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Harga terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 17 *for window*.

Dari output tabel 4.27 diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) sebesar 2.936, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0.05 ; 100 – 2 – 1 = (0.05 ; 97) yaitu 1.664, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.936>1.664) dan sig (0.004< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.7.
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2.936 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung.

4.2.3.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Melakukan Uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Dimana:

Jkresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

N= Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat.Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *microsoft*.Jika nilai $F_{hitung} > F_{krisis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment atau dikenal dengan rumus Pearson.

b) Hipotesis

H_0: $\beta_1\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Variabel X_1 (Pelayanan Prima) dan Variabel X_2 (Harga) Terhadap Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

H_1 : $\beta_1\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Variabel X_1 (Pelayanan Prima) dan Variabel X_2 (Harga) Terhadap Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

c) Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Pelayanan Prima dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan secara simultan (bersamaan) maka digunakan uji-f, dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil uji-f sebagai berikut:

Tabel 4.28

Tabel Uji F (Simultan)

ANOVA[b]

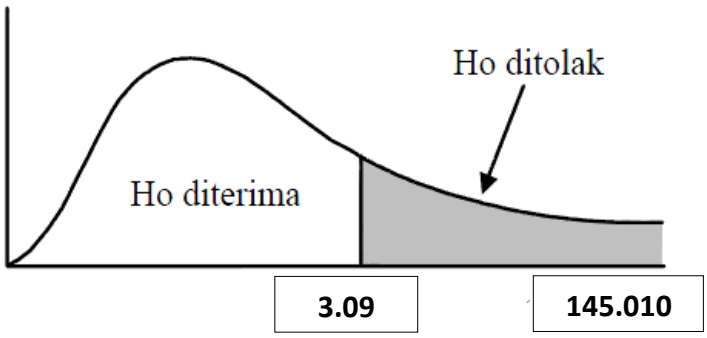
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.036	2	168.518	145.010	.000[a]
	Residual	112.725	97	1.162		
	Total	449.762	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan Prima

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari output tabel 4.28 diatas didapatkan nilai f_{hitung}sebesar 145.010, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untukdf1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 100 – 3 = 97 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 97) sebesar 3.09 dikarenakan f_{hitung}> f_{tabel}

(145.010>03.09) dan sig (0.000 <0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung



Gambar 4.8.
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-F) Pada Uji Pelayanan Prima dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 145.010 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Pelayanan Prima dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung.