

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Grand Permata Hotel Cikampak

a. Sejarah Singkat Perusahaan

Grand permata hotel cikampak merupakan perusahaan jasa penyedia sarana hotel yang beralamat di Jl. Ahmad Yani Cikampak, letaknya berada di sebelah utara Kotapinang dengan waktu tempuh perjalanan dari kotapinang lebih kurang 20 menit, dan termasuk dalam wilayah kabupaten Labuhanbatu Selatan

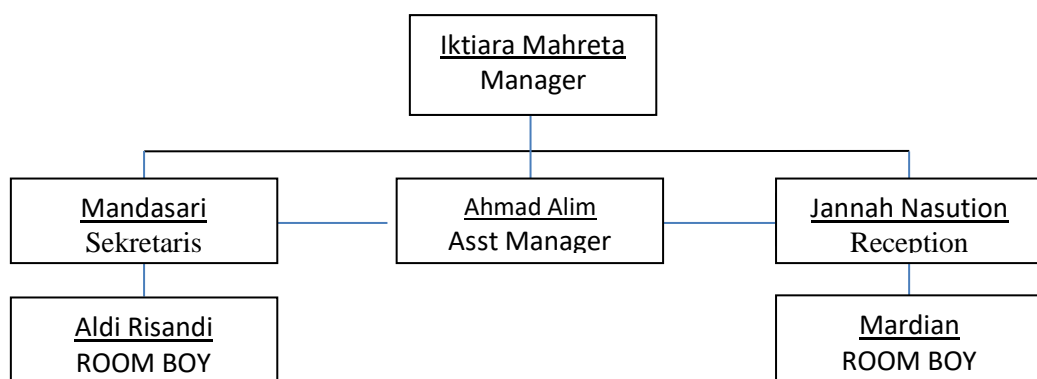
Grand Permata Hotel Cikampak dibangun pada tahun 2008 oleh seorang pengusaha Swasta yang bertempat tinggal di Kota Medan dan mulai beroperasi pada tanggal 22 Juni 2008, saat ini manajemen Grand Permata Hotel Cikampak langsung di bawah kendali istri almarhum. Hadir dan berkembangnya kota Cikampak, merupakan alasan utama berdirinya Grand Permata Hotel Cikampak, hal ini membuat pihak manajemen langsung mendirikan dan membangun beberapa fasilitas pendukung lainnya seperti Aula Pertemuan 1 buah, Loby yang refresentatif, dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya dengan kategori hotel bintang 3. Untuk perubahan mencapai keberhasilan yang diharapkan memperhatikan struktur organisasi perusahaan, yang merupakan salah satu unsur yang menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan mencapai tujuan yang diharapkan, untuk membuat sistem rentang yang baik.

b. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi perusahaan yang disusun dengan baik dan jelas akan mencerminkan sumber-sumber yang dimiliki oleh perusahaan digerakkan untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dari bagan organisasi juga dengan mudah dapat dilihat banyak organisasi, jenjang dari masing-masing bagian, garis komando dan informasi yang dihubungkan bagian organisasi tersebut, struktur organisasi penting mengingat pembentukan Struktur organisasi yang akan membantu melaksanakan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dan tegas antara suatu bagian dengan bagian lainnya, baik pada tingkat manajemen atas, menengah maupun tingkat bawah, suatu perusahaan harus mempunyai struktur organisasi yang sesuai dengan sifat dan jenis kegiatan usaha, struktur organisasi harus sederhana dari sudut pandang ekonomis dan harus flexibel sehingga bila ada perluasan tidak mengganggu secara serius susunan-susunan bagian yang telah ada.

Struktur tersebut juga harus memungkinkan pekerjaan semua bagian terintegrasi dan terkoordinasi dengan baik, untuk lebih jelasnya struktur organisasi Grand Permata Hotel Cikampak, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.1: Struktur organisasi Grand Permata Hotel Cikampak

Struktur organisasi merupakan hasil dari proses pengorganisasian, struktur organisasi merupakan suatu kerangka dasar tertentu yang menunjukkan hubungan satuan-satuan organisasi dan individu-individu yang berada di dalam suatu organisasi. Melalui Struktur organisasi maka tugas - tugas Wewenang dan tanggung jawab setiap pejabat dapat diketahui dengan jelas dan tegas. Selenggara diharapkan setiap satuan -satuan organisasi dapat bekerja bersama-sama secara harmonis.

c. Tugas dan wewenang Masing-masing Bagian.

Berikut ini tugas dan tanggung jawab setiap bidang dapat dilihat dalam uraian berikut ini :

1. Manager

- ❖ Melaksanakan Pengelolaan manajemen, menyelesaikan masalah dan kegiatan hotel sesuai dengan program kerja yang telah digariskan direksi/pemilik perusahaan
- ❖ Melaksanakan pemeriksaan keuangan, personalia, pengawasan atau kegiatan hotel

2. Sekretaris

- ❖ Mencatat seluruh Pemasukan perusahaan
- ❖ Membuat laporan keuangan
- ❖ Bertanggung jawab terhadap Pencatatan dan administrasi perusahaan

3. Asisten Manager

- ❖ Assisten Manager mempunyai tugas bertanggung jawab kepada Manager, membina hubungan dan koordinasi dengan bagian lain serta memimpin dan mengawasi seluruh tugas-tugas operasional.

4. Reception

- ❖ Mempunyai tugas dan memberikan keterangan dan informasi kepada tamu serta mengatasi keluhan yang timbul, membuat laporan penjualan kamar setiap hari, menerima pembayaran rekening kamar, melaporkan nama-nama tamu yang menginap dan menyetorkan seluruh kas kepada manager

5. Roomboy

- ❖ Mempunyai tugas memperhatikan dan menjaga kebersihan hotel, menyiapkan segala fasilitas yang dibutuhkan tamu, serta bertanggung jawab atas segala inventaris perusahaan.
- ❖ Mempunyai tugas mengawasi seluruh peralatan dan perlengkapan yang ada pada perusahaan, memperbaiki seluruh peralatan dan bertanggung jawab pada kelancaran operasional.
- ❖ Bertanggung jawab atas pengamanan lingkungan hotel, memperhatikan dan mengawasi jalannya tugas pengawasan dan mengatasi setiap masalah yang timbul di dalam lingkungan hotel

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Grand Permata Hotel Cikampak dideskripsikan berdasarkan Jenis Kelamin, Umur, dan Pekerjaan.

a. **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	18	32 %
Perempuan	38	68 %
Total	56	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa mayoritas responden adalah Perempuan yaitu 38 orang atau 68 %, sedangkan laki-laki 18 orang atau 32 %.

b. **Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
<15 Tahun	4	7 %
16 – 20 Tahun	12	21 %
21 – 30 Tahun	16	28 %
< 31 Tahun	24	43 %
Total	56	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak umur lebih dari 31 tahun sebanyak 24 orang atau 43 %.

c. **Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	10	18 %
Pegawai Swasta	28	50 %
Wiraswasta	16	28 %
Mahasiswa/Pelajar	2	4 %
Total	56	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk pekerjaan responden terbanyak ada;ah pegawai swasta, yakni 28 orang, pegawai swasta yang penulis ambil sebagai responden yakni mereka yang berkerja sebagai sales penjualan yang sering menginap di Grand permata hotel cikampak.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Menikah	38	68 %
Belum menikah	18	32 %
Total	56	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dari 56 responden yang peneliti ambil, 38 diantaranya sudah berstatus menikah atau 68% dari keseluruhan responden.

b. Deskriptif Jawaban Responden

a. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing, kemampuan dari kualitas pelayanan untuk menunjukkan berbagai fungsi, termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan

Deskriptif tentang Kualitas Pelayanan pada Grand Permata Hotel Cikampak dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	8	14	48	86	0	0	0	0	0	0	56	100
2	4	7	47	84	5	9	0	0	0	0	56	100
3	9	16	47	84	0	0	0	0	0	0	56	100
4	0	0	50	89	5	9	0	0	1	2	56	100
5	2	4	48	86	6	10	0	0	0	0	56	100
6	8	14	41	73	5	9	1	2	1	2	56	100
7	2	4	53	95	1	2	0	0	0	0	56	100
8	1	2	54	96	1	2	0	0	0	0	56	100
9	1	2	51	91	4	7	1	2	0	0	56	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

b. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Harga

Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang dan jasa yang ingin dibelinya. Deskripsi responden tentang harga dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Harga

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	10	18	46	82	0	0	0	0	0	0	56	100
2	5	9	49	88	0	0	2	4	0	0	56	100
3	0	0	48	86	0	0	4	7	5	9	56	100
4	4	7	49	88	0	0	0	0	3	5	56	100
5	0	0	48	86	3	5	5	9	0	0	56	100
6	6	10	44	78	5	9	1	2	0	0	56	100
7	1	2	52	96	3	5	0	0	0	0	56	100
8	0	0	55	98	1	2	0	0	0	0	56	100
9	1	2	52	92	2	4	1	2	0	0	56	100

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2023

c. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Suasana

Suasana merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi kondisi kita dimanapun, deskripsi suasana Grand Permata Hotel menurut responden dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Suasana

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	8	14	45	80	3	5	0	0	0	0	56	100
2	0	0	53	95	3	5	0	0	0	0	56	100
3	0	0	56	100	0	0	0	0	0	0	56	100
4	0	0	50	89	6	11	0	0	0	0	56	100
5	3	5	48	86	2	4	3	5	0	0	56	100
6	2	4	46	82	3	5	3	5	2	4	56	100
7	2	4	42	75	3	5	4	7	1	2	56	100
8	2	4	50	89	4	7	0	0	0	0	56	100
9	6	10	44	78	5	8	1	2	0	0	56	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

d. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian dan kepuasan konsumen merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran (Tjiptono F, 2015). Deskripsi tentang kepuasan pelanggan Grand Permata Hotel Cikampak menurut responden dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	8	14	45	80	3	5	0	0	0	0	56	100
2	2	4	48	86	3	5	3	5	0	0	56	100
3	3	5	50	89	2	4	1	2	0	0	56	100
4	2	4	49	88	1	2	2	4	2	4	56	100
5	3	5	48	86	2	4	3	5	0	0	56	100
6	1	2	50	89	4	7	1	2	0	0	56	100
7	9	16	41	73	1	2	0	0	0	0	56	100
8	3	5	48	85	2	4	2	4	1	2	56	100
9	3	5	49	87	0	0	3	5	1	2	56	100

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2023

e. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Deskriptif tentang Loyalitas pelanggan pada Grand Permata Hotel Cikampak dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
Tanggapan Responden tentang Loyalitas Pelanggan

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	6	11	45	80	3	5	2	4	0	0	56	100
2	3	5	47	84	2	4	3	5	1	2	56	100
3	3	5	47	84	2	4	2	4	2	4	56	100
4	2	4	50	89	1	2	2	4	1	2	56	100
5	3	5	48	86	2	4	3	5	0	0	56	100
6	1	2	54	96	1	2	0	0	0	0	56	100

7	1	2	50	89	4	3	1	2	0	0	56	100
8	9	16	46	82	1	2	0	0	0	0	56	100
9	3	5	49	88	2	4	2	4	1	2	56	100

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2023

3. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

- Tampilan Grafik Histogram

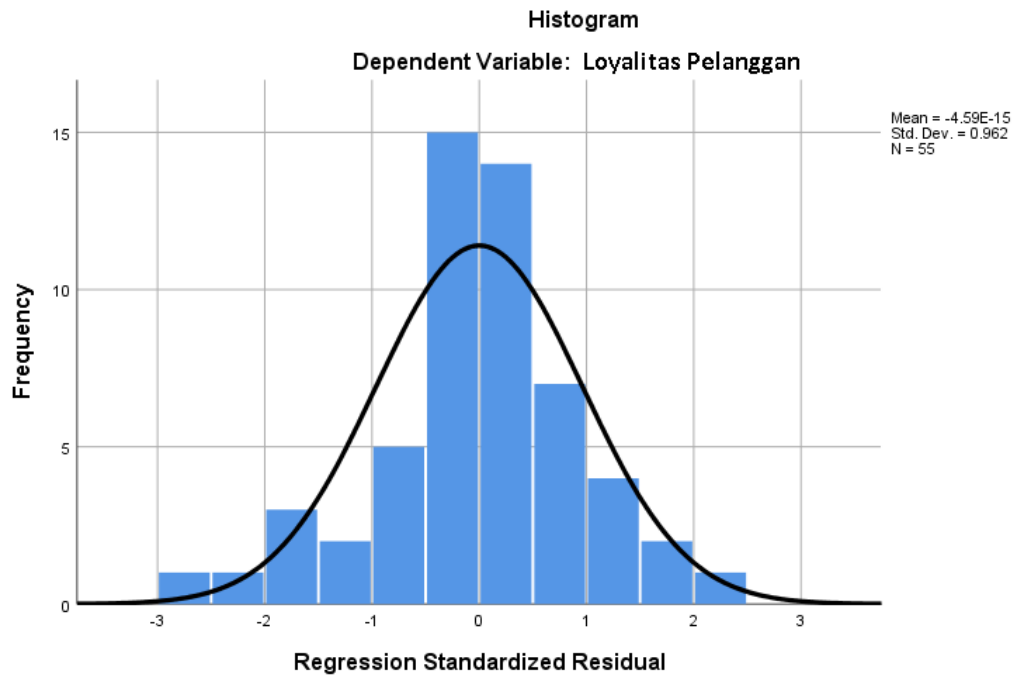
Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- Grafik Normal PP Plot.

Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah Grafik Histogram dan Grafik Normal PP Plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

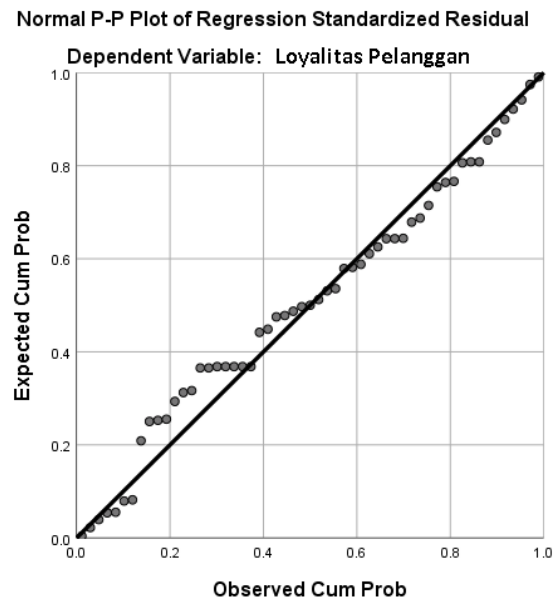
Gambar 4.1
Grafik Histogram



Tampilan grafik histogram diatas memberikan pola distribusi normal karena menyebar secara merata kekiri dan kekanan, serta terbentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.

Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

Gambar 4.2
Grafik Normal P-P Plot



Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis *collinearity* statistik.

Multikolinieritas terjadi apabila (1) Nilai *tolerance* ($Tolerance < 0.10$) dan (2) *Variance inflation faktor* ($VIF > 10$). Hasil pengujian untuk uji multikolinieritas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan (X1)	.132	5.142
	Harga (X2)	.365	2.745
	Suasana (X3)	.215	3.582
	Kepuasan Pelanggan (X4)	.491	2.481

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

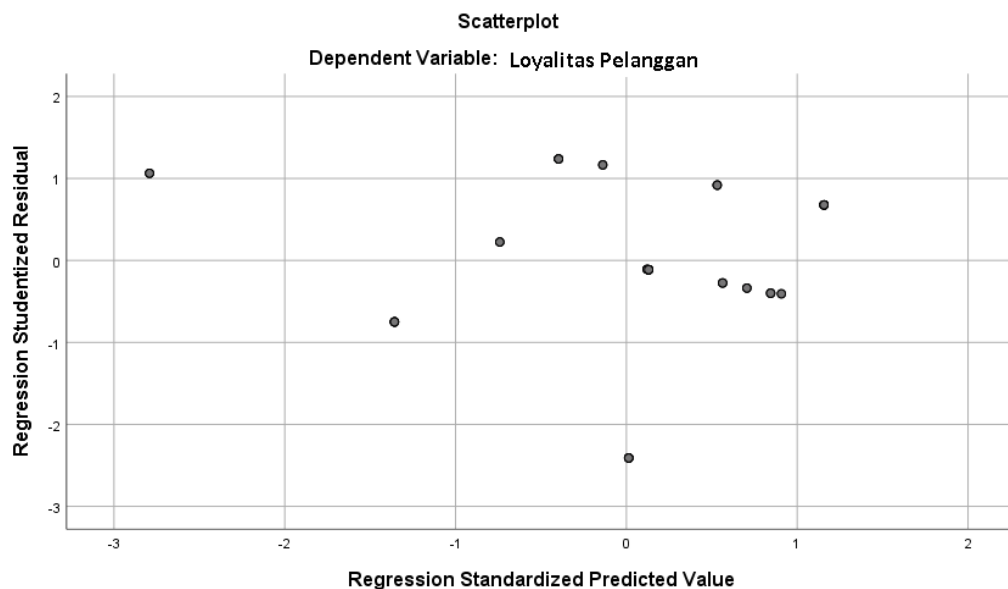
Berdasarkan Hasil Pengujian pada Tabel 4.10 di atas diketahui nilai *Tolerance* variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,132 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 5,142 lebih kecil dari 10, nilai *Tolerance* variabel Harga adalah 0,365 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,745 lebih kecil dari 10, nilai *Tolerance* variabel Suasana adalah 0,215 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 3,582 lebih kecil dari 10, nilai *Tolerance* variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,491 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,481 lebih kecil dari 10. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinieritas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang

lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedasritas. Hasil pengujian heterosledaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada Gambar 4.3 sebagai berikut :

Gambar 4.3
Uji Heteroskedaritas



Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol,serta tidak membentuk pola.Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Persamaan Regresi Hipotesis Penelitian ini tidak terdapat unsur Heteroskedaritas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Tolerance
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	22.651	6.613		3.425	.011	
Kualitas Pelayanan (X1)	.212	.163	.165	2.302	.019	.557
Harga (X2)	.570	.189	.343	2.025	.004	.698
Suasana (X3)	.240	.113	.235	2.119	.039	.579
Kepuasan Pelanggan (X4)	.498	.109	.565	4.569	.000	.446

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.11 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 22.651 + 0,212X_1 + 0,570X_2 + 0,240X_3 + 0,498X_4 + 6,613$$

Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan Hubungan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan Nilai Koefisien sebesar 0,212. Berarti setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,212 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,212.

Koefisien Regresi Harga (X2) menunjukkan hubungan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan Nilai Koefisien sebesar 0,570. Berarti setiap Peningkatan Harga (X2) sebesar 0,570 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,570.

Koefisien Regresi Suasana (X3) menunjukkan Hubungan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan Nilai Koefisien sebesar 0,240. Berarti setiap Peningkatan Suasana sebesar 0,240 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,240.

Koefisien Regresi Kepuasan Pelanggan (X4) menunjukkan hubungan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan Nilai Koefisien sebesar 0,498. Berarti setiap Peningkatan Harga sebesar 0,498 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,498.

Nilai Konstanta sebesar 22.651 menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 22.651 dengan adanya pengaruh dari Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Suasana (X3) dan Kepuasan Pelanggan (X4).

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat juga kita lihat bahwa diantara seluruh variable, yang paling berpengaruh dalam menentukan Loyalitas Pelanggan (Y) bagi konsumen adalah variable Suasana (X3), ini terlihat dari nilai signifikannya yang lebih tinggi dibandingkan variable lainnya yakni 0.039.

b. Uji T

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Diketahui T_{tabel} pada distribusi $\alpha : 0,05$ dengan jumlah responden 56 adalah 1,672. Uji T ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, hasil Uji T dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah ini :

Tabel 4.10
Uji parsial (Uji T)

		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	22.651	6.613		3.425	.011	
	Kualitas Pelayanan (X1)	.212	.163	.165	2.302	.019	.595
	Harga (X2)	.570	.189	.343	2.025	.004	.742
	Suasana (X3)	.240	.113	.235	2.119	.039	.775
	Kepuasan Pelanggan (X4)	.498	.109	.565	4.569	.013	.622

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Kriteria bahwa jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel berpengaruh Positif dan Signifikan, dapat dilihat hasil output SPSS Uji T sebagai berikut :

1. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) adalah t_{hitung} sebesar 2,302 > t_{tabel} 1,672, dengan nilai signifikan 0,019 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai Variabel Harga (X₂) adalah t_{hitung} sebesar 2,025 > t_{tabel} 1,672, dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga (X₂) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
3. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai Variabel Suasana (X₃) adalah t_{hitung} sebesar 2,119 < t_{tabel} 1,672, dengan nilai signifikan 0,039 < 0,05.

Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Suasana (X_3) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

4. Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai Variabel Harga (X_4) adalah t_{hitung} sebesar $4,569 > t_{tabel}$ $1,672$, dengan nilai signifikan $0,013 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
5. Berdasarkan hasil di atas diketahui jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) ($2,302 > 1,672$), Variabel Harga (X_2) ($2,025 > 1,672$), Variabel Suasana (X_3) ($2,119 > 1,672$) dan Variabel Harga (X_4) ($4,569 > 1,672$). Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3), dan Kepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah inovasi Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Grand Permata Hotel Cikampak.

Tabel 4.12

Uji Simultan F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.378	4	10.845	13.742	.014 ^b
	Residual	39.458	50	.789		
	Total	82.836	54			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana, Kepuasan Pelanggan

Nilai $\alpha : 5\% = 0,05$ nilai F_{tabel} $df1 : 4, df2 = (56 - 4 - 1) = 51$ adalah 2,76. Maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai $F_{\text{hitung}} 13,742 > 2,76$ dan nilai signifikan $0,014 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa sekumpulan Variabel Independent berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Variabel Dependent.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinan (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan Variabel Independent dalam mempengaruhi Variabel Dependent.

Nilai Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.13

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.486	.888

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana, Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,524, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh Variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 secara simultan terhadap Variabel Y adalah sebesar 52,4%.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

- 1. Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak**

Berdasarkan hasil SPSS garis Regresi Linear Berganda terlihat bahwa ada tingkat perubahan pada Variabel Y (dependen) yakni perubahan Positif, maka dapat dikatakan bahwa Variabel X memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Garis Regresi Linear Berganda yang diperoleh:

$$Y = 22.651 + 0,212X_1 + 0,570X_2 + 0,240X_3 + 0,498X_4 + 6,613$$

Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (X_1) menunjukkan hubungan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Koefisien sebesar 0,212. Artinya setiap peningkatan Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,212 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,212.

Berdasarkan hasil SPSS di atas diketahui nilai variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah t_{hitung} sebesar 2,302 > t_{tabel} 1,672, dengan nilai signifikan 0,019 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

2. Harga (X_2) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak

Hasil Garis Regresi Linear Berganda memperlihatkan bahwa tingkat perubahan Variabel Y adalah perubahan Positif, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Independent memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Garis Regresi Linear Berganda yang diperoleh:

$$Y = 22.651 + 0,212X_1 + 0,570X_2 + 0,240X_3 + 0,498X_4 + 6,613$$

Koefisien Regresi Harga menunjukkan hubungan positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Koefisien sebesar 0,570. Berarti setiap

Peningkatan Harga sebesar 0,570 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,570.

Berdasarkan hasil SPSS di atas diketahui nilai variable Harga (X_2) adalah t_{hitung} sebesar $2,025 > t_{tabel}1,672$, dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel kualitas Harga (X_2) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Penetapan Harga Pada Grand Permata Hotel Cikampak

Untuk menetapkan harga Grand Permata Hotel Cikampak melakukan percobaan untuk menguji pasarnya, apakah menerima atau menolak, apabila konsumen menerima penawaran tersebut berarti harga yang ditetapkan telah layak, tetapi jika konsumen menolak, biasanya harga akan berubah secara cepat, hal ini disebabkan karena harga merupakan bagian dari penawaran suatu jasa.

Penetapan harga kamar pada Grend Permata Hotel Cikampak, berdasarkan pada biaya yang di keluarkan oleh perusahaan dan tipe kamar yang diinginkan oleh pelanggan dan juga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mempromosikan kamar yang dimiliki. Selain itu penetapan harga jual kamar dan ruangan rapat atau ruangan lainnya berdasarkan pada persaingan, harga pasar dan keadaan perekonomian.

Prosedur penetapan harga yang dipakai perusahaan dalam menawarkan kamar dan jasa lainnya, mengestimasi permintaan akan tipe kamar dan ruangan yang ditawarkan oleh perusahaan. Di tahap ini perusahaan membuat estimasi permintaan tipe kamar kepada pelanggan secara keseluruhan, hal ini

dilakukan terhadap permintaan jumlah kamar dengan tipe yang ditawarkan adalah tetap untuk para pelanggan lama, dan dibandingkan dengan permintaan jumlah kamar dengan para pelanggan yang baru. Estimasi permintaan ini dilakukan oleh Grend Permata Hotel Cikampak dengan :

1. Menentukan harga yang diharapkan, penetapan harga tersebut diharapkan dan dapat diterima oleh konsumen.
2. Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga, tipe kamar dan fasilitas yang disediakan serta yang diminta oleh para pelanggan.
3. Mengetahui reaksi dalam persaingan
Kondisi persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui reaksi persaingan yang terjadi di pasar serta sumber-sumber penyebabnya.
4. Menentukan market share yang diharapkan
Grand Permata hotel cikampak, menginginkan pemasaran yang lebih besar, sebab itu perusahaan mengadakan perluasan pemasaran dengan cara menetapkan harga tertentu. Market share yang diharapkan tersebut akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan mudahnya memasuki persaingan.
5. Pemilihan strategi harga yang tepat untuk tipe kamar dan fasilitas lainnya yang ditawarkan oleh perusahaan.
6. Pertimbangan politik pemasaran dalam perusahaan

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Grend Permata Hotel Cikampak dalam menetapkan prosedur penetapan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada tipe kamar, fasilitas yang tersedia dalam perusahaan.

Suatu tingkat harga dapat berpengaruh baik dalam perusahaan, penetapan harga kamar pada Grend Permata Hotel Cikampak dapat mempengaruhi tingkat volume penjualan, disamping itu, harga menjadi suatu pengatur dasar pada sistem perekonomian secara keseluruhan karena mempengaruhi alokasi sumber-sumber yang ada, harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan mempengaruhi market share. Penetapan harga akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.

Penetapan harga kamar yang ditawarkan dengan berbagai fasilitas yang ada di dalamnya juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan. Penentuan harga secara teknis administrative dapat dilakukan dengan mudah, karena soal perhitungan, tetapi secara kebijakan tidak selalu gampang. Sebab ada beberapa faktor yang berada di luar kekuasaan perusahaan yang harus dipertimbangkan.

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan pada Grand Permata Hotel Cikampak dalam penetapan harga adalah sebagai berikut:

- Persaingan, dalam pasar Grand Permata Hotel Cikampak sangat mempertimbangkan faktor persaingan dalam menetapkan harga kamar yang ditawarkan oleh perusahaan

- Fasilitas yang tersedia dan tipe kamar yang akan dipakai oleh para pelanggan merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan.
- Kedudukan perusahaan, apakah perusahaan merupakan hotel melati atau hotel berbintang lima.
- Adakah peraturan pemerintah yang memberikan kebebasan untuk menentukan harga penjualan.
- Fluktuasi harga khususa adan situasi moneter pada umumnya harus turut diperhitungkan oleh Grand Permata Hotel Cikampak.
- Volume penjualan kamar, penjualan dengan volume kecil relative mudah dan harga bisa bertahan dibandingkan dengan Volume besar.

Faktor-faktor tersebut diatas perlu dipertimbangkan oleh Grand Permata Hotel Cikampak, dalam rangka membuat penetapan kebijakan harga, dari sini terlihat bahwa penetapan harga pada perusahaan bukan monopoli bagian administrasi tetapi juga marketing ikut pula menentukan.

3. Suasana (X₃) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak

Hasil perhitungan Garis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa tingkat perubahan Variabel Y adalah perubahan Positif, jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Independent memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Diperoleh Garis Regresi Linear Berganda:

$$Y = 22.651 + 0,212X_1 + 0,570X_2 + 0,240X_3 + 0,498X_4 + 6,613$$

Koefisien Regresi Suasana menunjukkan Hubungan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Koefisien sebesar 0,240. Berarti setiap Peningkatan Suasana sebesar 0,240 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,240.

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Suasana (X_3) adalah t_{hitung} sebesar $2,119 > t_{tabel}$ 1,672, dengan nilai signifikan $0,039 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Suasana (X_3) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

4. Kepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak

Hasil perhitungan Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa tingkat perubahan Variabel Y adalah perubahan Positif, jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Independent memberikan kontribusi yang Positif terhadap Variabel Y. Diperoleh Garis Regresi Linear Berganda:

$$Y = 22.651 + 0,212X_1 + 0,570X_2 + 0,240X_3 + 0,498X_4 + 6,613$$

Koefisien Regresi Kepuasan Pelanggan menunjukkan hubungan positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Koefisien sebesar 0,498. Berarti setiap Peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,498 akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,498.

Berdasarkan Output SPSS di atas diketahui nilai variabel Kepuasan Pelanggan (X_4) adalah t_{hitung} sebesar $4,569 > t_{tabel}$ 1,672, dengan nilai signifikan

$0,013 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3), dan HargaKepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak.

Dari Hasil Analisis Uji Data diatas diperoleh bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3), dan Kepuasan Pelanggan (X_4) terhadap Loyalitas Pelanggan adalah berkorelasi Positif dan Negatif, berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3), tidak begitu memberikan pengaruh terhadap kunjungan pelanggan di hotel grand permatasedangkan Kepuasan Pelanggan (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan oleh sebab itu jika dipersepsi baik, maka Loyalitas Pelanggan (Y) juga akan tinggi.

Nilai Konstanta sebesar 22,651 menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) Grand Permata Hotel Cikampak sebesar 22,651 dengan adanya pengaruh dari Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3), dan Kepuasan Pelanggan (X_4).

Nilai F_{tabel} pada distribusi 4 : 29 adalah 2,76, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai $F_{hitung} 13,742 > 2,76$, dan Nilai Signifikan $0,014 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara Simultan Variabel Independent berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Variabel Dependent.

Hasil Output SPSS model summary besarnya R Square adalah 0,524. Hal ini berarti 52,40% Variabel Independent memberikan Pengaruh terhadap Variabel Dependent dan sisanya sebesar 11,20% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

6. Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu

Setelah dilakukan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, suasana dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Permata Hotel Cikampak, maka dapat ditemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, suasana dan kepuasan pelanggan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil Output SPSS model summary besarnya R Square adalah 0,524 Hal ini berarti 52,40% Variabel Independent memberikan Pengaruh terhadap Variabel Dependent dan sisanya sebesar 11,20% di Pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meva Pratiwi yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, hanya saja pada penelitian terdahulu objek kajian mereka adalah pada pengunjung warung coffe, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fauzyah Nabila yang dilakukan pada tahun 2021 di Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta yang menyebutkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hanya saja yang menjadi dependent variable pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.