

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing di Hotel Eljie Kota Gorontalo

Nilawati Harun¹, Rizan Machmud², Ramlan Amir Isa³, Tineke Wolok⁴, Idris Yanto Niode⁵

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia¹

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia⁴

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia⁵

E-mail: nilaharun08@gmail.com

Abstract: *This quantitative study aimed to identify the Analysis of Causative Factors on Customer's Loyalty and Its Effect on The Competitiveness, with the primary and secondary types of data obtained from questionnaires distributed to customers and documents from Eljie Hotel in Gorontalo as the source respectively. The samples from primary data involved 100 respondents, while the data were analyzed using Path Analysis. The findings revealed the partial and simultaneous effect of the service quality, customer satisfaction, and customer's trust towards the customer's loyalty and the competitiveness aspect through the customer's loyalty, both directly and indirectly*

Keywords: *Service Quality; Customer's Satisfactory; Customer's Trust; Customer's Loyalty; Competitiveness*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor loyalitas pelanggan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini didapatkan dari data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner pada Pengunjung Hotel Eljie Kota Gorontalo serta data sekunder dari dokumen yang diperoleh dari Hotel Eljie Kota Gorontalo. Sampel yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan juga terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap keunggulan bersaing melalui loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: **Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan; Keunggulan Bersaing**

PENDAHULUAN

Bisnis jasa hotel di Gorontalo terbilang cukup banyak dan laris. Selain mampu menghadirkan hotel-hotel berbintang, Gorontalo yang disebut-sebut sebagai Kota Serambi Madinah ini mampu menghadirkan hotel pertama yang berlandaskan pada prinsip syariah, yakni Eljie Hotel Syariah.

Hotel Syariah ini terdengar baru akan tetapi memiliki fungsi yang sama dengan hotel konvensional pada umumnya yaitu tempat tinggal sementara saat orang melakukan perjalanan. Kedua jenis hotel ini merupakan bisnis yang berkembang di bidang properti yang memberi jasa sewa-menyewa kamar, tetapi dalam menyediakan layanan dan fasilitas untuk tamu akan berbeda. Seperti yang dikemukakan bahwa secara umum fasilitas yang dimiliki hotel syariah sama dengan fasilitas yang ada di hotel konvensional misalnya kamar, restoran, ataupun fasilitas olahraga standarnya sama, hanya saja dalam beberapa kasus terdapat perbedaan diantara keduanya Widyarani (2013).

Di zaman yang makin berkembang hari ini, hotel konvensional memiliki citra berbeda dengan hotel syariah. Dalam hal memberikan pelayanan hotel konvensional menyiapkan layanan hiburan yang bebas, makanan dan minuman bebas dan mengizinkan semua kalangan untuk menggunakan kamar hotel. Maka hal ini berbeda dengan hotel syariah yang punya batasan dalam pelayanan tamu, harus sesuai dengan syariat islam yang sumbernya dari Allah Swt. Untuk menyediakan makanan dan minuman halal dan toib, tidak boleh menyediakan layanan hiburan seperti club malam tetapi diwajibkan untuk menyediakan tempat ibadah bagi pengunjung untuk melaksanakan ibadah, dalam penerimaan tamu harus diseleksi tidak sembarangan menerima tamu apalagi jika membawa pasangannya.

Melihat dari beberapa review yang ditulis oleh pengunjung pada website hotel eljie gorontalo, bahwa pelayanan yang diberikan kepada pengunjung yang datang masih kurang memuaskan sehingga tidak mampu menciptakan kenyamanan bagi pengunjung yang datang. Jika produk ataupun jasa yang diterima pelanggan melampaui harapan pelanggan, maka dikatakan bahwa kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya apabila produk ataupun jasa secara realitas lebih rendah dari pada yang diharapkan pelanggan maka kualitas produk atau jasa dikatakan kurang baik (Tjiptono, 2004:59). Reicheld dan Sasser (2004) mengatakan bahwa dalam menciptakan kesuksesan dari perusahaan untuk bisa bertahan harus memberikan pelayanan yang berkualitas, karena kualitas pelayanan dikatakan sebagai strategi yang esensial. Berdasarkan hal ini maka seharusnya perhatian pemilik perusahaan saat ini lebih memprioritaskan dampak kualitas layanan terhadap laba dan kerugian yang dihasilkan dalam bisnisnya (Greising 2004). Agar bisa menjaga loyalitas pelanggan, untuk itu perusahaan harus menjaga kepercayaan dari pelanggan, karena kepercayaan ini yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk tetap menggunakan kembali produk atau jasa perusahaan. Sehingga tetap bisa menjaga loyalitas pelanggan dan mampu bersaing dengan hotel-hotel lain, maka hotel eljie gorontalo harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya, membangun kepercayaan dan memberikan kepuasan terhadap pengunjung agar mampu bersaing secara baik.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Sunarto (2006) mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas pelanggan, sehingga manajer perusahaan harus memberikan perhatian lebih terhadap Kepuasan pelanggan. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Ikfina Nailinni'mah seharusnya perusahaan harus fokus pada fasilitas dan *brand image* untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap nasabah agar mampu menjalankan pelayanan dengan baik.

Penjelasan diatas sangat penting untuk dibahas karena dalam bidang jasa, kepuasan pelanggan sangat bergantung terhadap kualitas layanan yang diberikan. Jika diteliti lebih dalam lagi, kepuasan pelanggan tersebut akan berpengaruh lebih jauh lagi pada loyalitas pelanggan dalam perusahaan. Dengan adanya loyalitas pelanggan, dapat disebutkan bahwa hal tersebut merupakan wujud asli dari keberhasilan sebuah perusahaan jasa dalam menjalankan semua aktivitasnya.

Berangkat dari penjelasan di atas maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing di Hotel Eljie Kota Gorontalo".

Sikap ketergantungan terhadap suatu barang atau jasa merupakan bentuk Loyalitas dari Pelanggan. Artinya bahwa adanya kemauan untuk mengadakan pembelian di masa datang atau kemauan untuk memperbaharui kontrak jasa yang telah selesai dikerjakan sebelumnya (Foster dan Cadogan, 2000). Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting untuk dimiliki perusahaan dalam rangka menciptakan pelanggan yang loyal. Dalam persaingan hotel konvensional dan hotel syar'i saat ini harus senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga mampu untuk bersaing. Menurut M.Roby Jatmiko (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan perbandingan antara perkiraan konsumen atas pemberian pelayanan yang utama dari pelayanan yang didapatkan dengan asumsi akan pelayanan yang diterima.

Kepuasan banyak dipahami secara berbeda, tetapi secara konseptual diartikan sebagai penilaian setelah proses transaksi terjadi. Fornell (dalam Selnes, 1993) menjelaskan bahwa kepuasan dapat dihubungkan secara langsung dengan perasaan pelanggan secara keseluruhan.

Menurut Chow dan Holden (1997) kepercayaan adalah suatu kemauan kuat untuk menggunakan kembali jasa dari perusahaan sedangkan Moorman (2013) berpendapat bahwa kepercayaan adalah pemberian kepercayaan oleh pelanggan terhadap perusahaan untuk menggantikan dirinya kepada orang lain yang terlibat di dalam perkembangan sebab pelanggan memiliki keyakinan kepada pihak lain. Keunggulan bersaing telah meluas penerimaannya sebagai konsep utama sebuah strategi (M.Roby Jatmiko 2019). Menurut Satyagraha (1994) bahwa keunggulan bersaing

merupakan potensi yang dimiliki perusahaan dalam memberikan nilai lebih tinggi dari perusahaan lain yang dinilai penting oleh pelanggan.

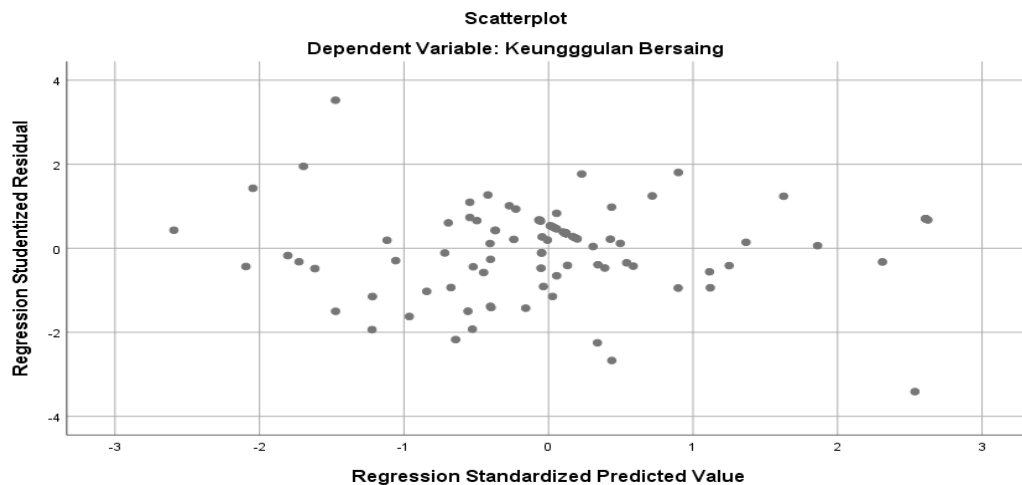
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, serta penyebaran angket. Penelitian ini menggunakan Analisis Jalur, Uji F, Uji T, Pengujian Koefisien Determinasi, Uji Reliabilitas, Uji Validasi, Serta Uji Normalitas Data.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas dilakukan dengan mengacu pada sebaran pola titik pada diagram P-Plot yang berdasarkan pada ketentuan; apabila pola menyebar sejajar dan berada di sekitar garis diagonal maka data dinyatakan normal, sebaliknya jika menjauh dan tidak mengikuti diagonal maka data dinyatakan tidak normal. Sebaran titik titik dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. P-Plot

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebaran titik titik masih berada sejajar dengan garis diagonal dan penyebarannya dekat dengan garis. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian telah terdistribusi normal.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mencerminkan besar pengaruh perubahan variabel independen dalam menjalankan perubahan pada variabel dependen secara bersama-sama, dengan tujuan untuk mengukur kebenaran dan kebaikan hubungan antar variabel dalam model yang digunakan. Besarnya nilai r^2 berkisar antara $0 < r^2 < 1$. Jika r^2 semakin mendekati satu, maka model yang diusulkan dikatakan karena semakin tinggi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai r^2 dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 1. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.593	3.683

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya R Square adalah 0,593 atau 59,3 %. Variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan sebesar 59,3 % dan 40,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan Hotel Eljie Kota Gorontalo. Hal ini disebabkan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan Hotel Eljie Kota Gorontalo. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Eljie Kota Gorontalo. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing di Hotel Eljie Kota Gorontalo, Karena di mediasi oleh variabel loyalitas. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing di Hotel Eljie Kota Gorontalo, karena dimediasi oleh variabel loyalitas. Kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing di Hotel Eljie Kota Gorontalo. Karena dimediasi oleh variabel loyalitas. loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing Hotel Eljie Kota Gorontalo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan juga terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap keunggulan bersaing melalui loyalitas pelanggan.

SARAN

Hotel Eljie Kota Gorontalo diharapkan agar meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan ini dapat dilakukan dengan cara menciptakan daya tanggap yang baik kepada semua pelanggan dan jaminan keamanan kepada pelanggan. Membuat mereka percaya dan puas dalam menggunakan jasa hotel eljie kota gorontalo. Sehingga loyalitas akan meningkat juga dan sebaliknya apabila kepuasan, Kepercayaan dan pelayanan yang diberikan menurun, maka loyalitas pelanggan juga akan menurun. Hal ini berarti terpenuhinya kebutuhan pelanggan terhadap pelayanan hotel eljie kota gorontalo, pelanggan akan merasa puas karena kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dan akan berdampak pada pelanggan menjadi loyal. Ketika pelanggan hotel eljie kota gorontalo sudah loyal terhadap produk/jasa yang di tawarkan maka mampu menciptakan keunggulan bersaing. Hotel Eljie Kota Gorontalo perlu memperbaiki, menjaga, dan meningkatkan pelayanannya secara syariah, karena Hotel Eljie Kota Gorontalo merupakan Hotel berasaskan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amha, G. G. (2020). Determinants of customer satisfaction and customer loyalty in amhara credit and saving institute (acsi): The case of waghimera zone sekota town. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 1(01), 34-51.
- Hapsari, E. R. M. (2018). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota di BMT MADANI Sepanjang Sidoarjo* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., & Waris, A. (2019, September). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 3, No. 1, pp. 1652-1660).
- Jatmiko, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 7(2), 97-114.
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. *jmm17*, 3(02).
- Megawati.(2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Az-Zahra Karang Rejo Metro Utara).

- Meiriyadi, A., & Ali, M. (2019). Build Customer Loyalty Strategies To Achieve Competitive Advantage In Pt Semen Tonasa Pangkep Regency. *Hasanuddin Journal Of Management*, 1(1).
- Nafiisah, F., & Djamaludin, M. D. (2020). The Influence of Satisfaction toward Loyalty of Adolescent Consumers Mujigae Resto in Bogor City. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 1-15.
- Nailinni'mah, I.K.F.I.N.A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dalam Menabung di Bri Syariah Kcp Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nobar, H. B. K., & Rostamzadeh, R. (2018). The impact of customer satisfaction, customer experience and customer loyalty on brand power: empirical evidence from hotel industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19(2), 417-430.
- Pritandhari, M. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing (studi pada bmt amanah ummah sukoharjo). *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 3(1), 41-56.
- Rorong, M. R., Lopian, J. S., & Tielung, M. V. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Bersaing terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sulut Go Cabang Uatama. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(2).
- Setiawan, Y. R. (2006). *Pengaruh Kepuasan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Bank Permata Cabang Yogyakarta* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Sunarto, S. (2006). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Tabungan Britama BRI Kanca Kendal)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Sutanto, H. (2005). *Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan (Studi Kasus pada Nasabah PT BCA Tbk Cabang Semarang)* (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Syahfitri, D. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pelanggan Tix. Id Di Yogyakarta).
- Tahuman, Z. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan serta dampaknya terhadap keunggulan bersaing. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(3).
- Tarigan, M., Wulandari, A., Triyuningsih, R., Baroqah, B. D., & Merdianingsih, B. (2019). Determinant Factors of Customers Loyalty in Hotels in Bandung City. *PSIKODIMENSIA*, 18(2), 178-189.
- Vilkaite-Vaitone, N., & Skackauskiene, I. (2020). Service customer loyalty: An evaluation based on loyalty factors. *Sustainability*, 12(6), 226