

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN
PADA HOTEL GRAN NIKITA
KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI



MEISA AFRIANI

2022110099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN
PADA HOTEL GRAN NIKITA
KOTA PRABUMULIH**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Prabumulih



MEISA AFRIANI
2022110099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAN NIKITA KOTA PRABUMULIH

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Prabumulih

Oleh :

Meisa Afriani

2022110099

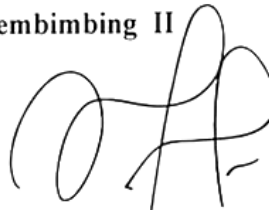
Prabumulih, 25 Juni 2026

Pembimbing I



(Yudi Tusri ,S.E.,M.S.i)
NUPTK. 2146750651130173

Pembimbing II



(Romsa Endrekson,S.P.,M.M)
NUPTK.9845750651130112

Ketua Program Studi Manajemen



H.Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I
NUPTK. 8352757658130193

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir berupa skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih ” telah di pertahankan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Prabumulih pada tanggal 25 Juni 2026.

Prabumulih, 25 Juni 2026

Tim Penguji Sidang Laporan Tugas Akhir

Ketua :

1. Yudi Tusri, S.E.,M.Si
NUPTK.2146750651130173



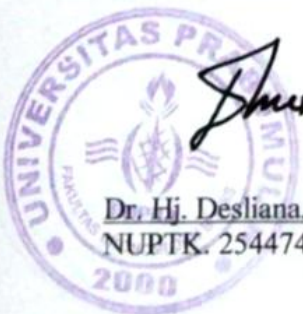
Anggota :

2. Romsa Endrekson,S.P.,M.M
NUPTK.9845750651130112
3. Sebri Hesinto,S.E.,M.Si
NUPTK.2235765666130263



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi & bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Ketua Program Studi Manajemen



H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I
NUPTK.835275768130193

PERNYATAAN INTERGRITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meisa Afriani

Nim : 2022110099

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, tugas akhir ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya orang lain, apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas perbuatan tersebut.



Prabumulih, 25 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Meisa afriani

Nim2022110099

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra'd: 11)

“setiap tetes keringat orang tuaku adalah ribuan langkahku untuk terus maju”

(Penulis)

Kupersembahkan kepada:

1. **Untuk diri saya sendiri, (Meisa Afriani)** terima kasih karena telah mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meskipun banyak rintangan yang harus dihadapi. Semua usaha dan kesabaran ini akhirnya membuahkan hasil yang membanggakan.
2. **Kedua orang tua tercinta, (Arlan Susanto&Eva Andriani)** yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas demi keberhasilan dan kebahagiaan saya. Dan selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa dalam setiap langkah perjalanan hidup saya.
3. **Adik-Adik tersayang,(Alpran Dipa Sanius,Aisa Puspita Sari &Muhamad Alpati)** yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini.
4. **Dosen pembimbing I dan II (Pak Yudi Tusri & Pak Romsa Endrekson)**Dan seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan ilmu, arahan, serta bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. **Untuk bapak /ibu dan karyawan pemilik hotel grand nikita (Bapak H. Treskofa &Ibu Hj.Era Khairul)**Terimakasih atas dukungan,kesempatan,dan bantuan yang diberikan selama proses penelitian ini.
6. **Sahabat seperjuangan, (Destri Amirta, Putri F A, Christina F) Kls D Tercinta dan teman seperjuangan 2022** yang telah menemani,

membantu, dan memberikan banyak kenangan selama masa perkuliahan.

7. **Seseorang yang spesial yang tidak dapat saya sebutkan namanya** (terima kasih atas perhatian, dukungan, doa, dan semangat yang diberikan. Kehadiranmu telah menjadi salah satu alasan untuk terus bertahan dan berjuang hingga sampai pada titik ini.
8. **Kampus & Almamater tercinta Universitas Prabumulih,** yang telah menjadi tempat saya menuntut ilmu dan mengembangkan diri.



ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih

Meisa Afriani, 2022110099, 2026

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman No. 56 Kota Prabumulih dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian berjumlah 97 konsumen dan seluruh populasi dijadikan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (t hitung = 3,630 > t tabel = 1,988 dan sig = 0,000 < 0,05), serta loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (t hitung = 3,123 > t tabel = 1,988 dan sig = 0,002 < 0,05). Secara simultan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (F hitung = 16,545 > F tabel = 3,94 dan sig = 0,000 < 0,05). Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,245 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 24,5%, sedangkan sisanya sebesar 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The Influence of Service Quality and Customer Loyalty on Consumer Satisfaction at Gran Nikita Hotel Prabumulih City

Meisa Afriani, 2022110099, 2026

This research was conducted at Gran Nikita Hotel Prabumulih City, located on Jenderal Sudirman Street No. 56, Prabumulih City, and aimed to determine the effect of service quality (X_1) and customer loyalty (X_2) on customer satisfaction (Y), both partially and simultaneously. The research method used was a quantitative method with a causal associative research design. The population of this study consisted of 97 customers, and all members of the population were used as samples through the saturated sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS. The results showed that partially, service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction ($t\text{-value} = 3.630 > t\text{-table} = 1.988$ and significance value = $0.000 < 0.05$). Customer loyalty also had a positive and significant effect on customer satisfaction ($t\text{-value} = 3.123 > t\text{-table} = 1.988$ and significance value = $0.002 < 0.05$). Simultaneously, service quality and customer loyalty had a positive and significant effect on customer satisfaction ($F\text{-value} = 16.545 > F\text{-table} = 3.94$ and significance value = $0.000 < 0.05$). The coefficient of determination (Adjusted R Square) was 0.245, indicating that service quality and customer loyalty contributed 24.5% to customer satisfaction, while the remaining 75.5% was influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih”. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prabumulih. Namun, proposal ini diharapkan tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi juga memberikan manfaat bagi penulis juga pembaca. Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis banyak menerima bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr.Yuniar Pratiwi, S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Prabumulih.
2. Ibu Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.
3. Bapak Amandin, S. Pt., M. M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Prabumulih.
4. Bapak Yudi Tusri S.E.,M.Si. selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi masukan selama penyusunan proposal ini.
5. Bapak Romsa Endrekson, S.P., M.M. selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi masukan dalam proses penulisan proposal ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan dan mengantarkan penulis hingga bisa menyelesaikan proposal ini.
7. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ibu Hj.Era Khairul Manager Hotel Gran Nikita Prabumulih yang telah memberikan izin, dukungan, serta bantuan selama proses penelitian berlangsung. Kesediaan pihak kelurahan dalam memberikan informasi, waktu, dan kerja sama yang baik sangat membantu penulis dalam

memperoleh data yang diperlukan, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan lancar.

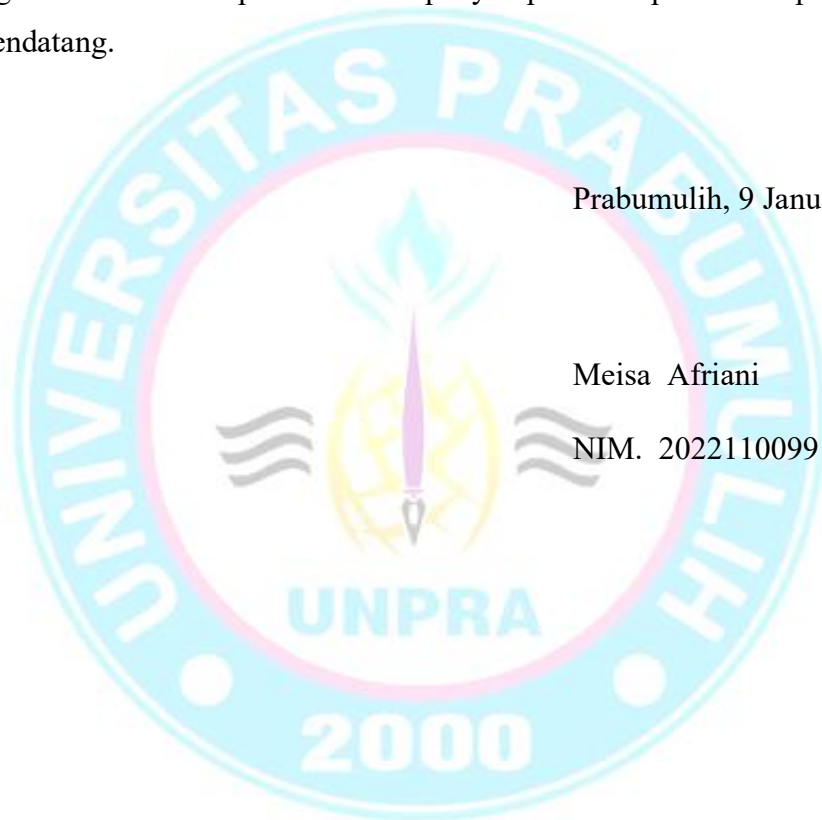
8. Kedua orang tua, saudara, keluarga besar, serta sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis memohon maaf dan menyadari apabila terdapat kekurangan pada proposal ini, untuk itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan penulisan proposal di masa mendatang.

Prabumulih, 9 Januari 2026

Meisa Afriani

NIM. 2022110099



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN INTERGRITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	6
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.3 Indikator kualitas pelayanan.....	8
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	9
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	9
2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	9
2.2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	11
2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.2.4 Hubungan Antar Variabel.....	11

2.3 Kepuasan Konsumen.....	12
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Kerangka Pemikiran.....	14
2.6 Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	16
3.1.1 Lokasi Penelitian	16
3.1.2 Waktu Penelitian.....	16
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	16
3.2.1 Metode Penelitian.....	16
3.2.2 Desain Penelitian	17
3.3 Populasi dan Sampel	18
3.3.1 Populasi	18
3.3.2 Sampel	19
3.4 Jenis Dan Sumber Data	19
3.4.1 Jenis Data.....	20
3.4.2 Sumber Data	20
3.5 Variabel Penelitian Dan Operasional Variabel	21
3.5.1 Variabel Penelitian.....	21
3.5.2 Operasional Variabel	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7 Instrumen Penelitian.....	25
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	26
3.8.1 Uji Validitas.....	26
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.9 Teknik Analisis Data.....	27
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	28
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.10 Uji Hipotesis.....	30
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	30
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	31

3.11 Uji Determinasi(R^2).....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	33
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan	33
4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden	33
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	36
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	38
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1) ..	38
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (X2). 39	
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y) . 40	
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	41
4.4.1 Uji Validitas.....	41
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	45
4.5.1 Uji Normalitas	45
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	47
4.5. Uji Multikolinieritas	48
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	49
4.7 Analisis koefisien korelasi	51
4.8 Uji Hipotesis.....	51
4.8.1 Uji t (Persial)	52
4.8.2 Uji F (Simultan).....	53
4.8.3 Uji Koefien Determinasi (R^2)	54
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	55
4.9.2 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen	55
.....	55
4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan	

Terhadap Kepuasan Konsumen	56
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
DAFTAR LAMPIRAN	59



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasional Vaberiabel	23
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	24



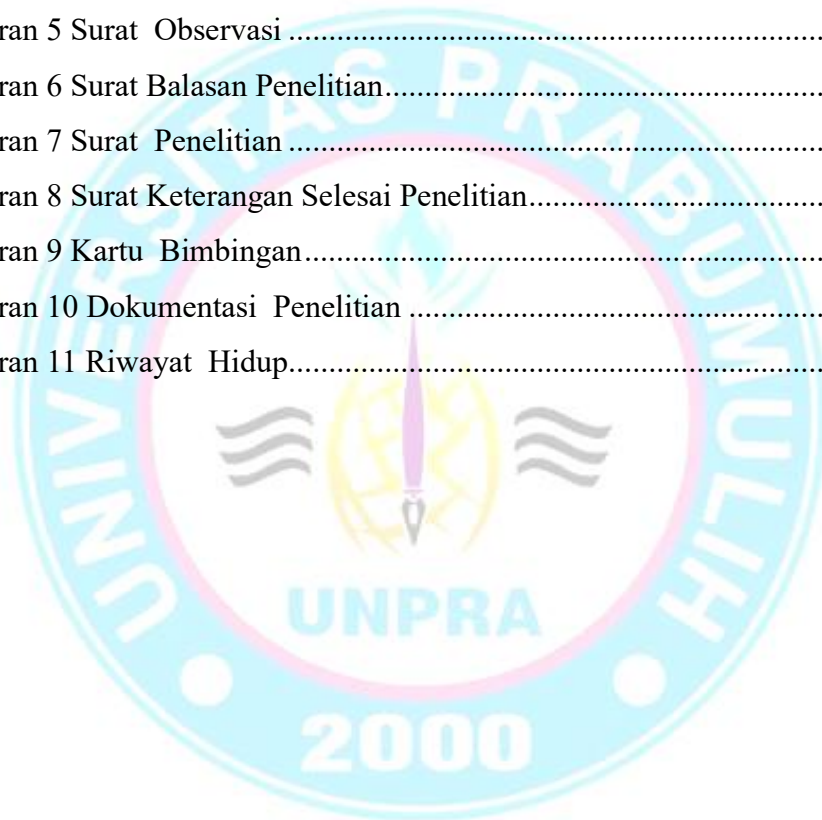
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	13



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	59
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner.....	63
Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS 26.....	65
Lampiran 4 Tabulasi Distribusi Statistik	69
Lampiran 5 Surat Observasi	72
Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian.....	73
Lampiran 7 Surat Penelitian	74
Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	75
Lampiran 9 Kartu Bimbingan.....	82
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian	89
Lampiran 11 Riwayat Hidup.....	90



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan sektor jasa yang kompetitif karena melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi persepsi tamu terhadap pengalaman menginap mereka. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, terutama apabila layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi ekspektasi tamu dalam hal keandalan, kecepatan, empati dan fasilitas yang tersedia hal ini telah dibuktikan pada hotel (Riyanto *et.al.*,2024).

Industri pariwisata di Indonesia saat ini tengah mengalami perkembangan yang sangat cepat dan signifikan yang menyebabkan industri perhotelan juga mengalami peningkatan. Adanya peningkatan industri perhotelan menyebabkan persaingan yang semakin ketat sehingga menuntut hotel untuk meningkatkan kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, serta menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap para konsumen. menurut rumekso dalam (Pornomo *et.al.*,2020).

Hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan, minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan. dikelola dengan manajemen yang profesional agar terus dapat bersaing dengan para pesaing untuk mendapatkan keuntungan. hotel gran nikita prabumulih adalah salah satu hotel bintang dua yang ada di kota prabumulih hotel ini resmi ber operasi pada tanggal 10 januari 2003, didirikan oleh Bapak Haji. Treskofa. Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih menawarkan pengalaman menginap yang mengutamakan kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan kepuasan konsumen bagi setiap tamunya dengan memiliki 54 kamar. lokasi strategis yang dimiliki oleh Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih memberikan akses mudah ke berbagai destinasi populer di

kota ini, menjadikannya pilihan ideal bagi wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis.

Menurut Tjiptono dalam (indrasari,2019), kualitas pelayanan adalah salah satu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Untuk menciptakan loyalitas pelanggan, maka pelayanan seperti keadilan, ketanggapan, simpati, jaminan serta empati perlu di tingkatkan. Menurut Fauzi; (Dr.Teddy Chandra, 2020), pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan secara langsung, tetapi juga mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan.

Selain kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan juga memiliki peran penting terhadap kepuasan konsumen. Loyalitas pelanggan tercermin dari kesediaan konsumen untuk kembali menggunakan jasa hotel yang sama, tidak mudah berpindah ke hotel pesaing, serta kesediaan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Hubungan antara loyalitas dan kepuasan bersifat timbal balik, dimana kepuasan dapat mendorong loyalitas dan loyalitas yang terbentuk dapat memperkuat persepsi positif konsumen terhadap pelayanan hotel.

Menurut Oliver dalam setiawan dan puspitadewi (2022), loyalitas pelanggan merupakan bentuk lain dari komitmen pelanggan yang mendalam yang mengungkapkan keinginan untuk terus berlangganan atau menginap kembali suatu layanan terlepas dari upaya pemasaran dan dampak pada situasi yang mengubah perilaku.

Loyalitas pelanggan dapat diukur dari seberapa sering pelanggan menggunakan layanan, seberapa lama mereka tetap menjadi pelanggan, serta seberapa besar kemungkinan mereka merekomendasikan layanan kepada orang lain. Loyalitas pelanggan yang tinggi dapat memberikan manfaat jangka panjang seperti pendapatan yang relatif stabil dan rekomendasi positif.

Menurut kotler dan keller dalam yurindera,(2021), bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan pelanggan, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk pelayanan dengan harapan konsumen. salah satu faktor yang membuat baik buruknya kepuasan konsumen yaitu kualitas dari pelayanan hotelnya.

Dalam industri perhotelan, kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam keberlangsungan usaha. konsumen yang puas akan lebih cenderung kembali merekomendasikan hotel kepada orang lain. penelitian ini menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dengan keputusan menginap kembali di hotel yang sama. Oleh karena itu, penelitian mengenai kepuasan konsumen di Hotel Gran Nikita Prabumulih menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing diantaranya hotel South Sumatra, Fave Hotel, Vista Hotel, Hotel Nayora dan masih banyak lagi hotel yang ada di prabumulih. Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan faktor lokasi tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara keseluruhan. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut sehingga dapat menjadi dasar perbaikan operasional Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih di masa mendatang.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Di Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih, perbaikan terhadap kualitas pelayanan dan strategi peningkatan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen, terutama menghadapi persaingan

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian saya yakni: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih?
2. Bagaimana pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.
2. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas pelanggan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara akademisi maupun praktisi sebagai berikut:

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis di bidang perhotelan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian ilmiah di bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen di sektor perhotelan.

2. Manfaat Praktisi

1) Bagi Manajemen Hotel Grand Nikita Prabumulih

Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, memperkuat loyalitas pelanggan, serta menyusun strategi peningkatan kepuasan konsumen agar hotel mampu bersaing dengan hotel lain di wilayah prabumulih.

2) Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat meningkatkan kualitas pengalaman menginap, karena rekomendasi hasil penelitian dapat mendorong hotel memperbaiki aspek pelayanan yang paling dibutuhkan konsumen serta menjadi referensi empiris dan teoritis bagi penelia berikutnya yang ingin mengembangkan penelitian dibidang kualitas pelayanan,loyalitas pelanggan,dan kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah penelitian hanya dilakukan pada konsumen Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih, dengan ruang lingkup variabel yang hanya meliputi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai variabel bebas serta kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Penelitian tidak mencakup faktor lain selain seperti harga, lokasi, promosi ,rasa makanan, maupun citra merek. data penelitian diperoleh melalui penyebaran koesioner dan observasi langsung kepada pelanggan yang berkunjung selama periode penelitian. Hasil penelitian ini hanya berlaku pada lokasi dan periode penelitian berlangsung, sehingga tidak dapat digeneralisasi ke tempat atau waktu lain diluar objek penelitian. adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan November hingga bulan juni.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Sopiyan (2022), kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jika kualitas pelayanan terpenuhi, hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Mukminah (2023), Kualitas pelayanan merupakan konsep penting dalam manajemen layanan yang didefinisikan dan diukur dari sudut pandang pelanggan. Menurut yang (2021), kualitas pelayanan hanya dapat dinilai oleh pelanggan berdasarkan pengalaman mereka selama proses konsumsi layanan. Zygiaris *et al.* (2022), kualitas pelayanan dapat dianalisis melalui perbedaan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Ketika layanan actual mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan, maka kualitas pelayanan dinilai tinggi. Vargas Calderon *et al.* (2021) dalam penelitian mereka disektor perhotelan, kualitas pelayanan diartikan sebagai aspek-aspek utama layanan yang diekstraksi secara otomatis dari ulasan pelanggan, seperti kebersihan, keramahan staf, dan responsivitas menunjukkan bahwa persepsi pelanggan pada elemen-elemen konkret pengalaman layanan mencerminkan kualitas layanan yang sesungguhnya.

Menurut Purnomo, Sardanto dan Muslih (2020:28) "Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa." Menurut Maryati dan Khoiri (2022) "Kualitas pelayanan merupakan suatu untuk perilaku yang dapat digunakan menanggapi, keinginan dan kebutuhan pelanggan mengenai produk yang digunakannya, sehingga dapat mengevaluasi kualitas atau jasa pelanggan layanan yang diberikan". Menurut Nasir dan Septianarditya (2022) Segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen didefinisikan sebagai kualitas pelayanan. Kasinem (2020) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah segala

bentuk kelebihanannya sehingga memenuhi pelayanan maksimal yang ditawarkan perusahaan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan".

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik selama dan setelah transaksi berlangsung (Kusyana *et al.*,2020).

Menurut arianto (2018) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien dan konsumen berada di perusahaan maupun hotel. Menurut Putri *et al.*(2021), kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Berdasarkan pendapat diatas kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah kinerja pihak atau cara staf memberikan pelayanan atau kenyamanan yang ditawarkan sehubungan dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa kepada pihak pembeli untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dibagi menjadi dua kategori: kualitas yang baik dan kualitas yang buruk. Kualitas yang baik bukanlah sesuatu yang permanen atau tetap; itu fleksibel dan dapat diubah, dan perubahan ini pasti akan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut rahayu (2019:27-28) Faktor-faktor berikut memengaruhi kualitas layanan:

- a. Profesionalisme dan keahlian: pelanggan mengharapkan penyedia jasa dapat menangani masalah mereka secara terampil dan profesional.
- b. Pandangan dan Perilaku: Pelanggan harus yakin bahwa kontak personal melayani mereka dan berusaha membantu mereka dengan masalah mereka dengan cara yang spontan dan bersahabat.
- c. Kemudahan akses dan fleksibilitas: Pelanggan percaya bahwa penyedia layanan mampu, sehingga mereka dapat dengan mudah mengakses layanan mereka dan memiliki fleksibilitas yang lebih besar untuk menyesuaikan keinginan pelanggan.

- d. Kepercayaan dan kepercayaan: mereka dapat mempercayakan penyedia jasa untuk memenuhi janji, baik sistem maupun karyawannya.
- e. Penyedia jasa akan dapat mengatasinya dengan tepat sesuai dengan harapan mereka, ketika konsumen menyadari apapun kesalahan yang terjadi maupun sesuatu yang tidak diduga dan tidak diharapkan.
- f. Reputasi dan kredibilitas: Pelanggan percaya bahwa penyedia jasa dapat dipercaya dan memberi nilai yang sesuai dengan apa yang mereka bayar.

2.1.3 Indikator kualitas pelayanan

Menurut Parasurman, Zeithaml, dan Berry dalam Indasari (2019;64) kualitas pelayanan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang dibuat, yang mencakup kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan, yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap ramah, dan akurasi yang tinggi.
- b. Kesadaran: kesadaran pegawai tentang pentingnya membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan.
- c. Perhatian (*Attention*), perhatian adalah informasi atau tindakan yang dilakukan untuk membuat pelanggan merasa nyaman saat mendapatkan layanan.
- d. Ketepatan (*Accuracy*), ketepatan dalam memberikan layanan yang baik kepada pelanggan.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dalam industri jasa, termasuk perhotelan, kualitas pelayanan merupakan elemen kunci dalam membentuk pengalaman pelanggan yang diukur positif. Penelitian dalam konteks hotel menyatakan bahwa kualitas pelayanan berdampak langsung terhadap kepuasan tamu (utama, 2024).

2.1.5 Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan persepsi positif konsumen terhadap hotel, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian Riyanto *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel.

2.2 Loyalitas Pelanggan

2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Menurut Haninda dan indriyani (2023), Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha. Karena loyalitas pelanggan dapat membentuk pasar yang merupakan salah satu sumber bagi perusahaan untuk memasarkan produknya. Dengan terciptanya loyalitas pelanggan terhadap suatu usaha, akan memudahkan perusahaan untuk menjaga kontinuitas usahanya. Loyalitas pelanggan mempunyai karakteristik, sesuai dengan tingkatan loyalitas itu sendiri.

Karakteristik inilah yang menjadi tolak ukur, sejauh mana loyalitas pelanggan yang ada di perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan berdasarkan karakteristik tersebut. Menurut Griffin (2003:31) menjelaskan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Melakukan pembelian produk secara teratur.
- b) Membeli antar lini produk dan jasa.
- c) Mereferensikan kepada orang lain.
- d) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Loyalitas pelanggan merupakan sikap yang mencerminkan penilaian positif dan mendorong konsumen untuk terus memberikan respon berulang yang menguntungkan terhadap suatu produk atau jasa (Ummah & Walyoto, 2024). Menurut pendapat Kotler & Keller (2016), loyalitas pelanggan tidak ditentukan dari jumlah pembelian yang dilakukan, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan orang

lain untuk membeli. Dalam konteks perilaku konsumen, loyalitas merujuk pada komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan dalam jangka waktu panjang, yang tercermin dalam konsistensi pembelian serta kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Alimin *et al.*, 2022). Abdullaeva (2020) mengemukakan bahwa, tujuan utama dari keberhasilan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan adalah terciptanya loyalitas yang kuat. Loyalitas yang kuat dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, antara lain:

(1) Say positive things; (2) Recommend friend; dan (3) Continue purchasing.

Menurut Purwani dan Dharmestha; Hidayat *et al.*, (2023) bahwa loyalitas adalah suatu sikap terhadap produk yang berwujud untuk diekspresikan oleh konsumen dalam bentuk keyakinan suka atau tidak suka dan memutuskan apakah ingin membeli produk tersebut atau tidak [21]. Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) ialah wujud ketaatan pelanggan dalam menggunakan jasa atau memakai sebuah produk dan mendapatkan kepuasan yang didapatkan oleh responden [22]. Loyalitas pelanggan akan menggunakan jasa atau produknya secara berulang kali dan akan bisa diberi tahu ke orang lain untuk mencoba jasa tersebut [23]. Serupa bisa merasakan juga apa yang dialami dikala memakai produk ataupun jasa yang telah dipakai. Oliver dalam Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen yang mendalam untuk membeli ulang atau berlangganan suatu jasa atau produk, konsisten dimasa yang akan datang, dengan demikian mengakibatkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun dipengaruhi situasi dan upaya pemasaran yang mempunyai potensi untuk menyebabkan tindakan berpindah ke lain pihak. Menurut Tjiptono dalam Riska Asnawi (2019), loyalitas konsumen adalah pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh konsumen [24]. Berdasarkan kajian tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesediaan konsumen untuk menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang.

2.2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Nisa Destiana (2022) Loyalitas Pelanggan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Melakukan pembelian ulang. Tanda pertama dari loyalitas pelanggan adalah pelanggan bersedia melakukan pembelian berulang atau dikenal dengan istilah repeat order. Dari sisi pemilik bisnis, relasi dengan konsumen yang melakukan repeat order perlu dijaga dengan sangat baik.
- b. Terbiasa mengonsumsi merek tertentu, suatu hal yang sering dilakukan dapat berujung menjadi sebuah kebiasaan.
- c. Menyukai brand. Apabila pelanggan menemukan nilai yang selaras dengan dirinya dalam citra brand tidak menutup kemungkinan konsumen akan menyukai brand tersebut
- d. Tidak beralih meskipun ada pilihan. Secara sadar, pelanggan memilih merek A di tengah aneka pilihan dari B-Z pada titik ini, telah muncul ikatan emosional serta kepercayaan yang tinggi dari pelanggan terhadap merek tersebut.

2.2.3 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen konsumen untuk terus menggunakan layanan atau produk tertentu secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas tercipta ketika pengalaman konsumen terus-menerus positif dan melebihi harapan mereka. Hal ini semakin penting bagi bisnis perhotelan dimana tamu sering kali memiliki banyak pilihan akomodasi pesaing. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan mendorong timbulnya loyalitas melalui peningkatan kepuasan pelanggan (Pandangan *et al.*, 2024).

2.2.4 Hubungan Antar Variabel

Loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena pelanggan yang loyal biasanya memiliki kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan perusahaan jasa. Hubungan tersebut membuat konsumen merasa lebih nyaman dan puas terhadap layanan yang diterima. Penelitian

Sulistiowati *et al.*(2025) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada industri jasa.

2.3 Kepuasan Konsumen

2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan kondisi psikologis yang terjadi setelah konsumen membandingkan ekspektasi dengan kenyataan yang diterima selama proses konsumsi. Menurut Oliver (dalam Yusri & Kurniawan, 2021), kepuasan dipengaruhi oleh harapan sebelum pembelian dan evaluasi pasca pembelian ataupun penginapan.

Tjiptino dan Diana (2021) menyatakan bahwa kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas, memperkecil kemungkinan pindah ke pesaing, dan memperkuat citra merek. Dalam sektor logistik, kepuasan konsumen menjadi indikator utama keberhasilan layanan karena konsumen cenderung kembali menggunakan jasa yang memberikan pengalaman positif (Anshori & Dewi, 2021).

Kepuasan konsumen yakni rasa bahagia dan sedih yang terlahir akibat memadankan kinerja dengan ekspektasi. Menurut Gusti *et al.* (2022) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang di harapkan.

Kepuasan konsumen dalam Yuninda (2019:24) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumen tersebut untuk tetap berjalannya bisnis atau usaha. Menurut Richard L. Oliver dalam Mahira *et al.* (2021), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dikatakan sebagai sebuah respon emosional seseorang yang mencakup beberapa aspek seperti ekspektasi terhadap produk, pengalaman penggunaan,

dan seterusnya, respon tersebut terjadi pada waktu tertentu seperti pada saat setelah produk digunakan, pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa tersebut dipilih.

2.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Syafiq,(2019) Kepuasan Konsumen dapat diukur dengan indikator sebagai berikut

- a. kesesuaian harapan
- b. persepsi kinerja
- c. penilaian pelanggan

Dengan demikian, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan menjadi dua determinan utama dalam membentuk kepuasan konsumen. Hubungan ketiganya bersifat dinamis dan saling memengaruhi. Semakin baik kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dan loyal terhadap layanan perusahaan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini bertujuan sebagai acuan untuk memahami sejauh mana keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen pada penelitian yang memiliki kesamaan topik. Kajian tersebut juga menjadi dasar dalam merumuskan hipotesis yang akan diajukan. Untuk memperkuat penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis memaparkan penelitian terdahulu yaitu:

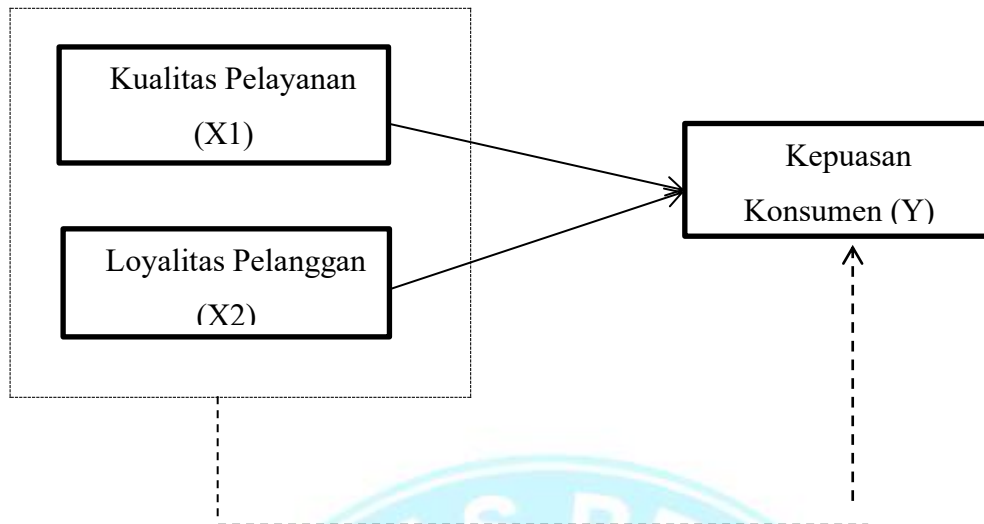
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1 Halawa (2025)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ud Bill Net Dibotohili Kecamatan Lolowau	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih kurang dalam memberikan pelayanan yang sesuai harapan konsumen serta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2 Mukminah (2023)	Pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada PT Dinasty Han Djaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tempat usaha, peralatan, dan penyajian makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3 Hidayat <i>et al.</i> (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan yang baik meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.
4 Haninda&indriyani(2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Gunawangsa Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan loyalitas signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5 Suworo& Sagita (2025)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Herona Express Pamulang	Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terbentuk dari kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja layanan yang diterima.

Sumber: Diolah dari berbagai jurnal: 2025

2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono dalam Garini *et al.* (2021) mengungkapkan kerangka konseptual atau kerangka pemikiran adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

—————→ = Hubungan variabel secara persial
 - - - - -→ = Hubungan variabel secara simultan

2.6 Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019;99), merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan. Menurut Maskhuliah *et al.*(2025), hipotesis adalah suatu dugaan cerdas atau kesimpulan sementara yang disusun untuk menjelaskan fakta atau kondisi yang diamati.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Diduga Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

H₂: Diduga Loyalitas pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y) pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

H₃: Diduga Kualitas pelayanan (X1) dan loyalitas pelanggan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih, sebuah usaha perhotelan, yang berlokasi di jln jendral sudirman No. 56 Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, Provinsi Sumatra Selatan. Hotel ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan perusahaan jasa perhotelan yang secara langsung berintraksi dengan konsumen, sehingga relevan untuk mengkaji kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen. Selain itu, Hotel Gran Nikita Prabumulih memiliki jumlah tamu yang cukup stabil dan mudah dijangkau oleh peneliti, sehingga mendukung kelancaran proses pengumpulan data penelitian.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari 15 November 2025 sampai 30 Mei 2026. Periode ini mencakup persiapan, pengumpulan data, penyebaran kuesioner, pengelolaan data, hingga penyusunan laporan penelitian secara menyeluruh.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah proses atau cara ilmiah untuk mendapatkan data yang digunakan untuk keperluan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif

Menurut Harahap *et al.*,(2023), metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode yang secara luas digunakan dalam ilmu pengetahuan social dan penelitian ilmiah. Pendekatan ini melibatkan proses pengumpulan data yang dapat diungkapkan dalam angka, statistik, atau ukuran numerik. Fokus utama metode penelitian ini adalah penerapan analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Selaras dengan hal tersebut, Menurut Sugiyono; Rudini (2022), pendekatan dengan pengumpulan

data menggunakan instrumen penelitian dengan analisis bersifat statistik yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan serta hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat kausal. menurut Dzahabiyya *et al.*, (2020), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang memiliki masalah dalam penelitian harus sudah ada dan jelas serta pendekatan ini menggambarkan hasilnya dengan berupa angka-angka dengan menggunakan instrumen penelitian dan melakukan analisis menggunakan teknik statistik.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan dan kegunaannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu metode yang menghasilkan data berupa angka-angka dan digunakan untuk menguji, membuktikan, serta mengembangkan teori atau hipotesis terkait fenomena yang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti memahami hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur melalui pengumpulan data numerik yang diperoleh langsung dari lapangan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat dan dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu struktur yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Menurut Creswell (2009); Waruwu, (2024), desain penelitian adalah suatu rencana dan prosedur yang mencakup pengambilan Keputusan dari asumsi yang luas hingga metode yang terperinci dalam pengumpulan dan analisis data, yang harus disusun secara logis dan berurutan. Oleh karena itu, setiap penelitian perlu mencakup prosedur yang jelas. Penggunaan prosedur dalam penelitian sangat tergantung pada tujuan yang ingin dicapai.

Utama (2024), desain penelitian merupakan rancangan metode yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian melalui pendekatan pendekatan analisis statistik. desain ini dipilih karena bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen, yaitu kualitas

pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2), dengan variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y). Dengan desain ini, peneliti dapat menjelaskan sejauh mana masing-masing variabel independen berkontribusi terhadap perubahan variabel dependen dalam konteks kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

Pendekatan *cross-sectional* diterapkan karena pengumpulan data dilakukan hanya pada satu titik waktu tertentu, tanpa adanya intervensi atau perlakuan khusus terhadap responden, sehingga hasil penelitian mencerminkan kondisi responden pada periode pengumpulan data.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan desain asosiatif kausal dengan pendekatan *cross-sectional* untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono; Alkani & Noor (2021), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menginap di Hotel Gran Nikita Prabumulih 1 Februari 2026-28 Februari 2026 yang jumlahnya 97 orang, Hotel Grand Nikita Prabumulih sebagai objek penelitian menyediakan layanan perhotelan secara langsung kepada tamu yang pernah menginap merupakan populasi yang tepat untuk mengukur persepsi mereka terkait kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen. Dengan demikian, populasi ini mencerminkan kelompok yang memiliki karakteristik sesuai variabel yang diteliti.

Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi Amin *et al.* (2023), Para ahli memiliki definisi yang sedikit berbeda antara satu dengan yang lain, tapi pada prinsipnya memiliki substansi yang sama, misalnya: Sugiyono

mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ada dalam penelitian. Wilayah ini meliputi tentang objek atau subjek yang bisa ditarik kesimpulannya.

Dari pengertian beberapa ahli di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2021:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel diambil karena tidak selalu memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti seluruh populasi, baik karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh tamu Hotel Gran Nikita prabumulih yaitu sebanyak 97 orang. Sampel dipilih sebagai bagian mewakili populasi dengan karakteristik tertentu sehingga data yang diperoleh dari sampel dapat menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan. Dengan menggunakan sampel peneliti dapat melakukan analisis secara lebih efisien tanpa mengurangi kualitas dan ketepatan hasil penelitian.

Teknik sampling yang dipilih yang dipakai adalah teknik non-probability dengan jenis pendekatan sampling jenuh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh (saturated sampling). Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel ketika seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi di Hotel Gran Nikita hanya berjumlah 97 orang, sehingga memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi tanpa perlu melakukan pemilihan sampel tertentu. Dengan menggunakan sampling jenuh, peneliti dapat memperoleh data yang lebih lengkap, menyeluruh, dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Selain itu, teknik ini juga memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai fenomena yang diteliti karena setiap anggota populasi ikut berkontribusi dalam penyediaan data.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data berdasarkan sifatnya, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif

1. Data kuantitatif

Menurut sugiyono (2022:15), kuantitatif merupakan penelitian dengan landasan positivisme yang memiliki tujuan meneliti populasi atau sampel tertentu. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data numerik yang dapat diukur secara objektif dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Data kuantitatif biasanya diperoleh melalui instrumen penelitian seperti kuesioner dengan skala pengukuran tertentu (misalnya skala Likert), sehingga hasilnya dapat diolah untuk menguji hipotesis dan mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel. Dalam penelitian bidang manajemen dan pemasaran jasa, data kuantitatif digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan tingkat kepuasan konsumen secara terstruktur dan terstandar.

2. Data Kualitatif

Menurut Hardani dkk. (2020), Data kualitatif adalah data yang berbentuk deskriptif atau naratif, berupa kata-kata, pendapat, persepsi, atau penjelasan yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka. Data kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan menjelaskan makna di balik perilaku atau pandangan responden. Data kualitatif umumnya diperoleh melalui wawancara, observasi, atau studi dokumentasi. Dalam penelitian manajemen dan jasa, data kualitatif sering digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat dan menjelaskan temuan data kuantitatif.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala pihak atau objek yang menjadi asal informasi yang dikumpulkan peneliti untuk menjelaskan, menganalisis, dan menjawab permasalahan dalam suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Hotel Gran Nikita. untuk mengukur Kualitas Pelayanan, Loyalitas

Pelanggan dan Kepuasan konsumen. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen Hotel Gran Nikita, buku, jurnal, dan literatur lain yang relevan untuk mendukung teori dan informasi penelitian.

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2020:104), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang dijadikan sampel dalam penelitian. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data primer berupa hasil wawancara dengan konsumen atau tamu Hotel Gran Nikita Prabumulih

2. Data Sekunder

Selain sumber data primer juga diperlukan data sekunder yang berfungsi sebagai pelengkap dan pendukung data primer. Menurut Sugiyono (2020:104) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.5 Variabel Penelitian Dan Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut sugiyono (2022), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh pemeliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan fokus utama dalam penelitian karena melalui variabel inilah peneliti dapat mengukur, menganalisis, serta menjelaskan hubungan atau pengaruh antar fenomena yang di kaji. Dengan menentukan variabel secara jelas, peneliti dapat memperoleh data yang lebih terarah, memahami pola keterkaitan antar unsur penelitian, serta menarik kesimpulan yang valid berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua jenis variabel, yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen.

Variabel indenpenden merupakan variabel yang memiliki peran sebagai faktor yang mempengaruhi atau mendorong terjadinya perubahan pada variabel. Variabel ini dipilih untuk melihat sejauh mana kondisi atau

karakteristik tertentu dapat memberikan dampak terhadap variabel yang diteliti. Disebut sebagai variabel bebas karena keberadannya tidak ditentukan oleh variabel lain dalam model penelitian, melainkan menjadi sumber pengaruh yang akan diuji terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan dua variabel independen yang dianggap memiliki keterkaitan langsung dengan perilaku konsumen.

1). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menggambarkan sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, termasuk responsivitas petugas, keandalan, dan penanganan keluhan.

2. Loyalitas Pelanggan (X_2)

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen konsumen untuk tetap menggunakan jasa Hotel Gran Nikita Prabumulih secara berulang serta menunjukkan sikap positif terhadap hotel, seperti merekomendasikan kepada orang lain dan tidak mudah berpindah ke hotel lain. Loyalitas pelanggan mencerminkan hubungan jangka panjang antara konsumen dan pihak hotel, yang berperan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

2). Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan variabel independen. Variabel ini menjadi fokus utama dalam penelitian karena menunjukkan hasil atau dampak dari perlakuan variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen difokuskan pada Variabel dependen

1. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen setelah membandingkan harapan mereka dengan kinerja pelayanan yang diterima selama menginap di Hotel Gran Nikita Prabumulih. Kepuasan konsumen mencerminkan sejauh mana kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

3.5.2 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022), operasional variabel ialah suatu variabel berbentuk apapun yang diidentifikasi oleh peneliti dalam memperoleh informasi serta menarik kesimpulan darinya. Peneliti menerapkan dua variabel penelitian, sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Sugiyono (2022), memaparkan, variabel ini ialah sebuah variabel yang dijadikan sebab berubahnya dan adanya variabel terikat. Variabel bebas yang diterapkan yaitu reputasi perusahaan kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Sugiyono (2022), menjelaskan variabel terikat mendapat pengaruh dan dijadikan akibat sebab ada variabel bebas. Variabel terikatnya yang digunakan ialah tingkat kepercayaan konsumen (Y).

Tabel 3.1 Operasional Vaberiabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Kuisisioner
Kualitas Pelayanan (X_1)	Menurut Mukminah (2023), Kualitas pelayanan merupakan konsep penting dalam manajemen layanan yang didefinisikan dan diukur dari sudut pandang pelanggan.	1.Keandalan 2.Kesadaran 3.Perhatian 4.Ketepatan	1-3 4-6 7-8 9-10
Loyalitas pelanggan (X_2)	Loyalitas pelangan merupakan sikap yang mencerminkan penilaian positif dan mendorong konsumen untuk terus memberikan respon berulang yang menguntungkan terhadap suatu produk atau jasa (Ummah & Walyoto,2024)	1. <i>Say positive t hings</i> 2. <i>Recommend friend</i> 3. <i>Continue purchasing</i>	1-3 4-6 7-10
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan kondisi psikologis yang terjadi setelah konsumen membandingkan ekspektasi dengan kenyataan yang diterima selama proses konsumsi.Menurut Oliver (dalam Yusri&Kurniawan,2021),kepuasan dipengaruhi oleh harapan sebelum pembelian dan evaluasi pasca pembeli an ataupun penginapan.	1. kesesuaian harapan 2. Persepsi kinerja 3. Penilaian Pelanggan	1-3 4-6 7-10

Sumber:diolah dari berbagai jurnal: 2025

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Ada berbagai teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif, tergantung pada sifat variabel yang diteliti dan tujuan penelitian Creswell (2021). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan lima alternatif jawaban.

Tabel 3.2 Skor Skala Likert

No.	Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju Sekali	SS	: skor 5
2.	Setuju	S	: skor 4
3.	Netral	R	: skor 3
4.	Tidak Setuju	TS	: skor 2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	: skor 1

Sumber: Sugiyono (2022)

1.Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan persepsi mereka. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer secara langsung dari konsumen Hotel Gran Nikita Prabumulih terkait kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian secara objektif. Sugiyono (2022).

2.Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung objek penelitian untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini,

observasi dilakukan untuk mengamati kondisi pelayanan, fasilitas hotel, sikap karyawan, serta interaksi antara karyawan dan konsumen di Hotel Gran Nikita Prabumulih. Observasi ini bertujuan untuk mendukung dan memperkuat data yang diperoleh melalui kuesioner. (Sugiyono, 2022; Ichsan & Ali, 2020).

3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pihak manajemen atau karyawan Hotel Gran Nikita Prabumulih untuk memperoleh informasi terkait standar pelayanan, upaya peningkatan kualitas pelayanan, serta strategi dalam menjaga loyalitas pelanggan Hasen (2020).

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2022), Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi data jumlah tamu, struktur organisasi hotel, standar operasional prosedur (SOP) pelayanan, serta foto fasilitas Hotel Gran Nikita Prabumulih. Data dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati sehingga peneliti dapat memperoleh data yang dibutuhkan secara sistematis. Instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner, sedangkan observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan sebagai instrumen pendukung untuk melengkapi, memverifikasi, dan memperkuat data yang diperoleh melalui kuesioner sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Menurut sugiyono (2022), Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Instrumen yang baik harus memenuhi dua kriteria utama, yaitu valid dan reliabel. Oleh karena itu, sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen dikatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner benar-benar mengukur konsep yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif, maka butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian, perhitungan validitas dapat dihitung menggunakan rumus r tabel. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

$$df = 97 - 2 = 95 = 3,94$$

Keterangan:

df: derajat kebebasan

n: jumlah responden atau sampel penelitian

Setelah nilai koefisien validitas atau r -hitung diperoleh, langkah berikutnya adalah membandingkan nilai tersebut dengan r -tabel pada tingkat signifikan tertentu. Jika nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai bagian dari instrumen penelitian. Sebaliknya, jika nilai r -hitung $<$ atau sama dengan r -tabel, maka item tersebut dianggap tidak valid sehingga perlu diperbaiki atau tidak digunakan dalam analisis lanjutan. Maka diperoleh $df = 97 - 2 = 95$, berdasarkan tabel r *product moment* pada $df = 95$ dan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai r

tabel sebesar 0,199. Dengan demikian suatu butir pernyataan valid apabila r hitung $> r$ table (0,199), dan dinyatakan tidak valid apabila r hitung $< r$ tabel.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila digunakan berulang kali pada objek yang sama akan menghasilkan data yang relatif konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* melalui program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,5$.

Kriteria Pengambilan Keputusan:

Cronbach's Alpha $\geq 0,5 \rightarrow$ instrumen reliable

Cronbach's Alpha $< 0,5 \rightarrow$ instrumen tidak reliable

3.9 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2024), Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif lebih bersifat induktif, yaitu sebuah analisis dengan berdasarkan data yang didapatkan, kemudian diuraikan pola hubungannya atau menjadi hipotesis, selanjutnya dengan berpedoman pada hipotesis tersebut.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen. Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Atau analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan mengukur dan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen secara objektif melalui data angka. Metode ini memungkinkan analisis statistik yang akurat, sehingga hubungan antar

variabel dapat dibuktikan secara empiris dan hasilnya dapat digeneralisasikan pada populasi yang teliti.

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah penting dalam analisis regresi, karena memastikan bahwa model yang dihasilkan memenuhi kriteria statistik yang diperlukan. Sebuah model regresi yang baik harus dapat lulus dari uji ini. Secara umum, tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Sholihah, Aditiya, Evani, & Maghfiroh, 2024). Dalam regresi berganda, metode ini digunakan untuk mengevaluasi pengaruh Dari dua atau lebih variabel prediktor terhadap satu variabel terikat. Biasanya, data yang digunakan dalam regresi berganda memiliki skala interval atau rasio, terutama untuk variabel dependen. Agar hasil analisis tetap akurat dan valid, pemahaman serta penerapan uji asumsi klasik sangat penting dalam proses ini. Lebih lanjut, uji asumsi klasik bertujuan memastikan bahwa model regresi yang dikembangkan dapat secara tepat menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang sedang dianalisis (Nugraha, 2022). Dengan menerapkan uji ini, kita dapat menjaga keandalan model, karena uji asumsi klasik membantu dalam mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah yang mungkin memengaruhi hasil analisis.

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik dan statistik , dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $>0,05$ maka, data tersebut terdistribusi secara normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau probabilitas $<0,05$ maka, data tidak terdistribusi secara normal.

Dapat dilihat juga hasilnya dengan menggunakan cara scatterplot.

- 1) Jika terdapat pola yang tidak jelas dan titiknya terlihat menyebar

diatas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka model regresi tidak heteroskedastisitas.

- 2) Jika terdapat pola seperti titik yang membentuk secara teratur (menyempit, melebar, dan bergelombang) maka menandakan model regresi terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolineritas). untuk kriteria pengujinya yaitu jika nilai *variance inflation faktor* (VIF) < 10 , atau kebalikannya dengan melihat nilai *tolerance* $> 0,1$.

- 1) Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolineritas.
- 2) Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinerita.

3). Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah menggunakan uji scatterplots yaitu dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut dan residual. Jika titik-titik data penyebaran diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, maka memiliki hubungan yang positif. Izhar & Harahap (2024).

- 1) Jika terdapat pola yang tidak jelas dan titiknya terlihat menyebar diatas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka model regresi tidak heteroskedastisitas.
- 2) Jika terdapat pola seperti titik yang membentuk secara teratur (menyempit, melebar, dan bergelombang) maka menandakan model regresi terjadi heteroskedastisitas.

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistic yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel independent atau lebih terhadap variabel dependen secara simultan, Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antar varibel yaitu Kualitas

Pelayanan (X_1), Loyalitas Pelanggan, (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y).
Persaman regresi berganda linier dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen (variabel dependen)

X_1 : kualitas Pelayanan (variabel independen)

X_2 : Loyalitas Pelanggan (variabel independen)

a : Konstanta

b_1 - b_2 : Koefisien regresi

e : Standar Error (tingkat kesalahan)

3.10 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan gabungan dari kata "hipo" yang artinya dibawah, dan "tesis" yang artinya kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti. (Arikunto, 2000). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau ingin kita pelajari. Amruddin *et al* (2022). Dalam penelitian ini uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Nikita Prabumulih pengujian dilakukan dengan metode statistik yaitu Uji t dan uji F.

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian Hipotesis secara parsial untuk menguji keberanian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t (Soekotjo *et al.*, (2020).

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen Soekotjo *et al.*, (2020), Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

- 1) Jika nilai F-hitung < dari F-tabel, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap independen.
- 2) Jika F-hitung > dari F-tabel, maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.11 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel-variabel independen hampir sepenuhnya mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data *Crosssection* cenderung rendah karena variasi antar pengamatan relatif besar, sedangkan untuk data time series, R^2 biasanya lebih tinggi. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) menggunakan rumus Koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD: nilai koefisien determinasi R^2

R^2 : nilai koefisien

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Gran Nikita merupakan sebuah hotel yang bermula dari sebuah penginapan yang dimiliki seorang owner bernama H. Treskofa, manager yang mengelolanya bernama Hj. Era khairul. Sebelum di bangun hotel, dulunya dibangun penginapan untuk karyawan BJ Service, setelah melihat perkembangan yang terjadi di Kota Prabumulih yang sangat pesat dan banyak perusahaan asing mendirikan perusahaanya di Kota Prabumulih memberi dorongan untuk membuat usaha penginapan / hotel. Awal tahun 2003 tepatnya tanggal 10 Januari 2003 hotel ini melakukan grand opening yang mempunyai 54 kamar dengan tipe kamar superior room deluxe, suite room dan standar di jalan Jendral Sudirman No.56 Prabumulih Timur.

4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi perusahaan perhotelan yang profesional dan selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan mempertahankan kearifan lokal, serta melakukan diverifikasi resiko bisnis dengan berinvestasi pada perusahaan yang dapat memberi nilai tambah para *stake holder*

2. Misi

Selalu berinovasi untuk menciptakan produk hotel yang memiliki karakteristik unik serta menyediakan pelayanan yang bertaraf internasional mengembangkan bisnis lebih baik berinvestasi terhadap perusahaan yang tepat, menciptakan sumberdaya manusia yang profesional dan senantiasa meningkatkan kinerja perusahaan.

4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini maka tujuan yang ingin di capai adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih, untuk

mengimplementasikan hal tersebut maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada setiap responden. Oleh karena itu dalam mendeskripsikan responden dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu: usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan kunjungan. Dimana dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 97 orang responden. Berikut adalah hasil deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Identifikasi responden berdasarkan usia dalam penelitian ini menguraikan usia responden Dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<20 tahun	1	1,3%
2	20-29 tahun	63	65%
3	30-39 tahun	30	30,1%
4	40-49	3	3,1%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari usia responden didominasi oleh responden dengan usia berada di range 20-29 tahun yaitu sebanyak 63 orang dengan tingkat persentase 65%, responden dengan usia <20 tahun sebanyak 1 orang dengan tingkat persentase 1,3%, responden dengan usia 30-39 tahun 30 orang dengan persentase 30,1%, dan responden dengan umur 40-49 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 3,1%. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Hotel Gran Nikita Prabumulih berada pada kelompok usia 20-29 tahun, dominannya konsumen pada kelompok usia tersebut diduga karena mereka berada pada masa usia produktif yang memiliki tingkat mobilitas tinggi, baik untuk keperluan pekerjaan, bisnis, pendidikan, maupun rekreasi. Tingginya aktifitas tersebut menyebabkan kebutuhan terhadap jasa penginapan lebih besar dibandingkan kelompok usia lainnya. selain itu, usia 20-29 tahun cenderung lebih mudah menerima informasi dan mengikuti perkembangan teknologi, sehingga lebih aktif

dalam mencari informasi, melakukan pemesanan hotel secara online, serta memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Kondisi ini menyebabkan kelompok usia tersebut lebih banyak ditemukan sebagai responden dalam penelitian.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya tingkat proporsi pengelompokan jenis kelamin pria dan wanita. Besarnya tingkat proporsi pengelompokan responden menurut jenis kelamin dapat di lihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	82	84,5%
2	Perempuan	15	15,5%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan pada tabel 4.2 jenis kelamin karyawan dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan ditemukan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan perempuan. Dari data diatas hasil pengelolaan data dapat dilihat bahwa responden laki-laki 82 orang dengan tingkat persentase 84,5% dan responden perempuan sebanyak 15 orang dengan tingkat persentase 15,5%. Berdasarkan data karakteristik responden menurut jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih lebih banyak berasal dari kelompok laki-laki. Kondisi tersebut diduga karena laki-laki memiliki tingkat mobilitas yang lebih tinggi untuk keperluan pekerjaan, perjalanan dinas, maupun keperluan aktivitas bisnis yang memerlukan fasilitas penginapan. Oleh karena itu, jumlah responden laki-laki dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan responden perempuan.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Identifikasi responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini menguraikan pendidikan responden dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	S1	20	20,6%
2	D3	21	21,6%
3	SMA	56	57,8%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari pendidikan responden didominasi oleh responden dengan pendidikan SMK/SMA yaitu sebanyak 56 orang dengan tingkat persentase 57,8%, responden dengan pendidikan D3 sebanyak 21 orang dengan tingkat persentase 21,6%, dan responden dengan pendidikan S1 20 orang dengan persentase 20,6%. Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMK/SMA. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Hotel Gran Nikita Kota Prabumulh didominasi oleh individu yang memiliki tingkat pendidikan tersebut. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya membuat seseorang lebih mudah memahami informasi mengenai produk dan jasa, serta lebih kritis dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, kelompok pendidikan tersebut lebih banyak ditemukan sebagai pengguna jasa hotel.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Identifikasi responden berdasarkan pendapatan dalam penelitian ini menguraikan pendapatan responden dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-5 juta	82	84,5%
2	>5 juta	15	15,5%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari pendapatan responden didominasi oleh responden dengan pendapatan 1-5 juta yaitu sebanyak 82 orang dengan tingkat persentase 84,5%, dan responden dengan pendapatan >5 juta sebanyak 15 orang dengan tingkat persentase 15,5%. Berdasarkan tingkat pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp3.000.000-Rp5.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa jasa Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih banyak digunakan oleh konsumen dengan tingkat pendapatan menengah yang memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhan akomodasi. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan daya belinya terhadap berbagai layanan, termasuk jasa perhotelan.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Identifikasi responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini menguraikan pekerjaan responden dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	wiraswasta	14	14,8%
2	Pegawai swasta	55	56,7%
3	PNS	9	9,3%
4	Pelajar	19	19,2%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari pekerjaan responden didominasi oleh responden dengan pekerjaan pegawai swasta yaitu sebanyak 55 orang dengan tingkat persentase 56,7%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 14 orang dengan tingkat persentase 14,8%, responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 9 orang dengan persentase 9,3%, dan responden dengan pekerjaan pelajar 19 orang dengan persentase 19,2%. Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden adalah pegawai swasta. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai swasta memiliki mobilitas yang cukup tinggi untuk keperluan pekerjaan, perjalanan dinas, pelatihan, maupun kegiatan bisnis

yang memerlukan fasilitas penginapan. Oleh karena itu, pegawai swasta menjadi kelompok yang paling banyak menggunakan jasa Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih dibandingkan jenis pekerjaan lainnya.

4.3 Deskripsi Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 97 responden, maka dapat diketahui respon pelanggan Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih terhadap 30 butir pernyataan yang disusun dalam penelitian ini. Analisis tanggapan responden merupakan bagian dari analisis deskriptif yang bertujuan memberikan gambaran umum terhadap variabel penelitian. Data jawaban responden disajikan dalam bentuk distribusi jawaban dan jelaskan melalui nilai rata-rata (mean). Nilai rata-rata tersebut kemudian diinterpretasikan. Ridwan (2021) menjelaskan bahwa interpretasi skor angket dapat menggunakan kriteria skala penilaian untuk menentukan kategori tanggapan responden sebagai berikut:

sugiyono (2022).

1. 1,0 – 1,80 = Sangat Rendah
2. 1,81 – 2,60 = Rendah
3. 2,61 – 3,40 = Sedang
4. 3,41 – 4,20 = Tinggi
5. 4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

Pada bagian ini terdapat tiga hal yang akan di bahas yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X1)

Untuk mengetahui penilaian dari 97 responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) sebagai variabel bebas, peneliti menyusun 10 pertanyaan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Hasil tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai kualitas pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan	Frekuensi										TOTAL	X1	
	SS (5)	S (4)	N (3)		TS (2)		STS(1)						
P1	49	245	34	136	11	33	2	4	1	1	97	419	4,31
P2	40	200	44	176	11	33	2	4	0	0	97	413	4,25
P3	44	220	32	128	19	57	2	4	0	0	97	409	4,21
P4	50	250	33	132	11	33	3	6	2	2	97	423	4,36
P5	52	260	29	116	11	33	3	6	2	2	97	417	4,29
P6	39	195	42	168	11	33	3	6	2	2	97	404	4,16
P7	40	200	41	164	11	33	2	4	3	3	97	404	4,16
P8	41	205	37	148	13	39	6	12	0	0	97	404	4,16
P9	55	275	30	120	11	33	0	0	1	1	97	429	4,42
P10	45	225	35	140	13	39	4	8	0	0	97	412	4,25
Nilai Rata-Rata													4,25

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,25 dari 10 butir pernyataan. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan nomor 9,4 dan 1 dengan skor 4,36 pada indikator keandalan, hal ini menunjukkan bahwa kondisi kualitas pelayanan di Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih tergolong sangat tinggi. Sedangkan nilai terendah terdapat pada butir pernyataan nomor 6,7 dan 8 dengan skor 4,16 pada indikator kualitas pelayanan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan di Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih secara Rata-rata sudah sangat tinggi. Namun demikian, disarankan agar pihak pengelola tetap meningkatkan perhatian pada kualitas pelayanan agar menjaga kualitas pelayanan di seluruh area guna meningkatkan kepuasan konsumen.

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (X2)

Untuk mengetahui penilaian 97 responden terhadap variabel loyalitas pelanggan (X2) sebagai salah satu variabel bebas, peneliti mengajukan 10 butir pertanyaan yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, hasil tanggapan responden terhadap variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (X₂)

Loyalitas		Frekuensi										TOTAL		X ₂
Pelanggan	SS	(5)	S	(4)	N	(3)	TS	(2)	STS	(1)				
P1	45	225	36	144	7	21	4	8	5	5	97	403	4,15	
P2	51	255	30	120	7	21	8	16	1	1	97	413	4,25	
P3	50	250	37	148	6	18	2	4	2	2	97	422	4,35	
P4	43	215	35	140	17	51	1	2	1	1	97	409	4,21	
P5	47	235	32	128	13	39	3	6	2	2	97	410	4,22	
P6	42	210	39	156	11	33	2	4	3	3	97	406	4,18	
P7	43	215	41	164	5	15	6	12	2	2	97	408	4,20	
P8	45	225	33	132	9	27	7	14	3	3	97	401	4,13	
P9	45	225	36	144	7	21	5	10	4	4	97	404	4,16	
P10	48	240	33	132	6	18	1	2	9	9	97	401	4,13	
Nilai Rata-Rata													4,18	

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Loyalitas Pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,18 dari 10 butir pernyataan. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan nomor 3 dengan skor 4,35 pada indikator ucapan yang baik, hal ini menunjukkan bahwa kondisi ucapan yang baik pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih tergolong baik. Sedangkan nilai terendah terdapat pada butir pernyataan nomor 8 dan 10 dengan skor 3,13 pada indikator berkelanjutan, yang menunjukkan bahwa tingkat keberlanjutan terhadap pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih tergolong baik, namun masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas pelanggan pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih secara rata-rata berada pada kategori tinggi hingga sangat baik. Oleh karena itu, disarankan agar pihak pengelola tetap mempertahankan keberlanjutan pegawai yang sudah baik serta meningkatkan kesadaran seluruh pihak dalam menjaga loyalitas pelanggan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

Untuk mengetahui bagaimana penilaian 97 responden terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat, peneliti menyusun 10 butir pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. adapun hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen tersebut pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen	Frekuensi										TOTAL	— Y	
	SS (5)	S (4)		N (3)		TS(2)		STS (1)					
P1	46	230	31	124	14	42	3	6	3	3	97	405	4,17
P2	45	225	38	152	12	36	2	4	0	0	97	417	4,29
P3	40	200	40	160	13	39	1	2	3	3	97	404	4,16
P4	39	195	43	172	14	42	1	2	0	0	97	411	4,23
P5	42	210	41	164	13	39	1	2	0	0	97	415	4,27
P6	55	275	34	136	5	15	3	6	0	0	97	432	4,45
P7	52	260	32	128	10	30	3	6	0	0	97	424	4,37
P8	50	250	35	140	12	36	0	0	0	0	97	426	4,39
P9	53	265	31	124	11	33	0	0	2	2	97	424	4,37
P10	57	285	29	116	7	21	2	4	2	2	97	428	4,41
Nilai Rata-Rata													4,32

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,32 dari 10 butir pernyataan. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan nomor 6 dengan skor 4,45 pada indikator persepsi kerja, hal ini menunjukkan bahwa Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih memiliki tingkat persepsi kerja yang sangat tinggi untuk merekomendasikan kepada orang lain. Sedangkan nilai terendah terdapat pada butir pernyataan nomor 3 dengan skor 4,16 pada indikator kesesuaian harapan, yang menunjukkan bahwa minat pelanggan pada kesesuaian harapan di Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih tergolong sangat tinggi, namun masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen di pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih secara rata-rata berada pada kategori sangat tinggi. Oleh karena itu, disarankan agar pihak pengelola tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan kepuasan konsumen.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Uji dilakukan terhadap 30 pernyataan menggunakan SPSS dengan melihat hasil *Total Pearson Corelation*.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah:

1. Jika r hitung $> r$ tabel maka pernyataan valid
2. Jika r hitung $< r$ tabel maka pernyataan tidak valid
3. Menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05)

Penguji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.2784	17.786	.353	.315	.712
X1.2	38.3402	18.373	.324	.309	.716
X1.3	38.3814	18.363	.269	.249	.725
X1.4	38.2577	17.506	.421	.276	.702
X1.5	38.2990	16.816	.426	.356	.700
X1.6	38.4330	16.602	.487	.375	.690
X1.7	38.4330	16.956	.410	.325	.703
X1.8	38.4330	16.936	.446	.399	.697
X1.9	38.1753	17.959	.367	.277	.710
X1.10	38.3505	17.709	.360	.240	.711

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variable kualitas pelayanan memenuhi persyaratan karena nilai korelasi mempunyai nilai diatas 0,199, hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1), dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung pada setiap item pernyataan lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,199.

Karena seluruh nilai r hitung $> r$ tabel, maka semua butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik dan layak digunakan dalam penelitian. Selain itu, item X1.6 memiliki nilai r hitung tertinggi yaitu 0,487 sedangkan item X1.3 memiliki nilai r tabel terendah yaitu 0,269 yang menunjukkan bahwa item tersebut memiliki hubungan paling kuat terhadap variabel kualitas pelayanan.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas loyalitas pelanggan (X2)
Item-Total Statistics

	Scale if Deleted	Mean Item Variance	Scale if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
X2.1	41.8144	30.882		.454	.522	.736
X2.2	41.7113	31.437		.458	.485	.736
X2.3	41.6186	33.197		.358	.273	.748
X2.4	41.7526	33.313		.351	.296	.749
X2.5	41.7423	32.256		.403	.422	.743
X2.6	41.7835	31.005		.532	.446	.728
X2.7	41.7629	30.079		.624	.456	.717
X2.8	41.8351	30.223		.525	.456	.727
X2.9	41.8041	31.305		.430	.425	.739
X2.10	41.8351	30.723		.399	.329	.744

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada variabel loyalitas pelanggan (X2), diperoleh hasil bahwa dari total 11 butir pernyataan yang diuji, sebanyak 10 butir memenuhi kriteria validitas, sedangkan 1 butir tidak memenuhi kriteria tersebut. Hal ini terlihat dari nilai Corrected Item-Total Correlation pada item X2.1 hingga X2.10 yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,199, sehingga kesepuluh butir tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Sebaliknya, item X2.11 memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation sebesar 0,103, yang lebih kecil dari nilai r tabel (0,199), sehingga dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam analisis lebih lanjut. Nilai validitas tertinggi terdapat pada item X2.7 dengan nilai sebesar 0,624, sedangkan nilai validitas terendah terdapat pada item X2.11 sebesar 0,103. Karena seluruh nilai r hitung $>$ r tabel, maka semua butir pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian. Dengan demikian, kuesioner variabel pelayanan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen(Y)**Item-Total Statistics**

	Scale if Deleted	Mean Item	Scale Variance Item Deleted	Corrected if Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	38.9794		15.437	.481	.360	.713
Y.2	38.8557		16.833	.445	.283	.720
Y.3	38.9897		17.177	.287	.328	.745
Y.4	38.9175		17.701	.321	.205	.736
Y.5	38.8763		17.547	.348	.434	.733
Y.6	38.7010		17.816	.299	.448	.739
Y.7	38.7835		16.255	.519	.333	.708
Y.8	38.7629		17.058	.461	.300	.719
Y.9	38.7835		16.109	.500	.496	.710
Y.10	38.7423		16.443	.424	.435	.722

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan memenuhi persyaratan karena nilai korelasi mempunyai nilai diatas 0,199. Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y), dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari Y1 sampai Y10 memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,199. Nilai r hitung masing-masing item berada pada rentang 0,287 sampai 0,299. Karena seluruh nilai r hitung $>$ r tabel, maka semua item pernyataan dinyatakan valid.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan mampu mengukur indikator yang ingin diteliti dengan baik dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian. Item dengan nilai validitas tertinggi terdapat pada pernyataan Y7 sebesar 0.519, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan Y3 sebesar 0,287, namun tetap memenuhi syarat validitas karena nilainya masih di atas r tabel 0,199.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel/konsisten apabila $\alpha > 0,60$

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Nilai Alpha	Keterangan
X1	0,728	0,6	Reliabel
X2	0,760	0,6	Reliabel
Y	0,745	0,6	Reliabel

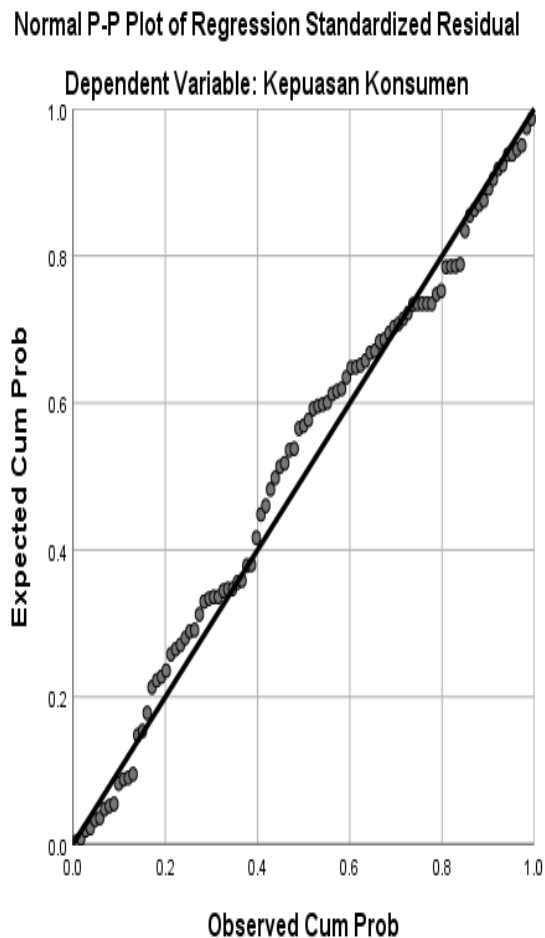
Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.12 diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Pelayanan (X1) sebesar 0,728, variabel Kualitas Pelanggan (X2) sebesar 0,760 dan variabel Pelanggan (Y) sebesar 0,745. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>$ nilai alpha (0,6), berarti butir pernyataan dari setiap variabel dapat dikatakan reliabel untuk digunakan sebagai alat penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara analisis normal P-Plot. Jika titik-titik pada normal probability plot menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan P-Plot dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Data diolah 2026

Gambar 4.13 Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan P-Plot di atas antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih. Dapat dilihat pada gambar 4.2 grafik terlihat bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

Selain itu, uji normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan One sample Kolmogorov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal sebaliknya jika hasil sample Kolmogorov dibawah 0,05, maka tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Predicted Value
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	43.1546392
	Std. Deviation	2.29421019
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.043
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

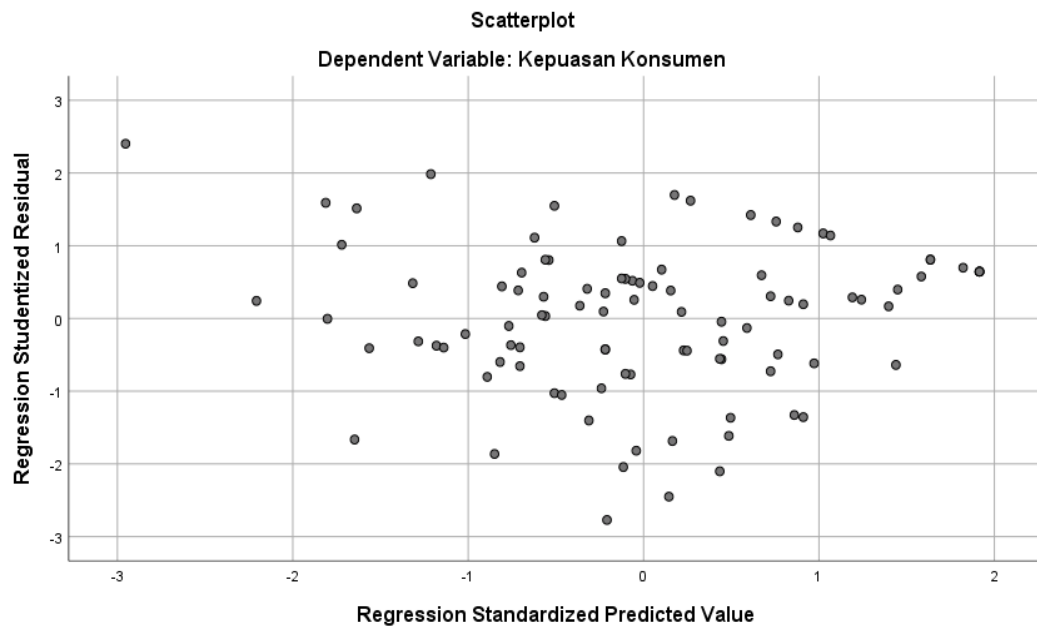
Sumber: Data diolah 2026

Hasil pengujian pada Kolmogorov Smirnov test menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2020:137) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian-variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian-variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastitas dapat menggunakan metode analisis grafik. Metode grafik ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali 2020:188).

Hasil dari uji heteroskedastisitas berikut dapat dilihat pada gambar di bawah merupakan hasil dari scatterplot yang penulis dapat dalam melakukan tes di SPSS :



Sumber: Data diolah 2026

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 ada Y, sehingga dapat dikatakan Uji Heterokendastisitas.

4.5. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2020:107) uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan bebera cara salah satunya dengan menggunakan Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Ghozali (2020:108) tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1(Constant)	4.231	1.152		3.673	0.001		
X1	0.412	0.085	0.385	4.847	0.000	0.905	1.105
X2	0.523	0.092	0.451	5.685	0.000	0.905	1.105

a. Dependent Variable : Y

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan loyalitas pelanggan (X2) memiliki nilai VIF 1.105 (>10) dan tolerance sebesar 0.905 (< 0,10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikoloniearitas pada tabel regresi sehingga layak digunakan.

4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear bergana digunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah hubungan antara variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi, dengan rumus sebagai berikut yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Loyalitas Pelanggan

b₁b₂ = Koefisien Regresi

a = Konstanta

e = Standar Error

Berdasarkan analisis diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19.157	4.208		4.553	.000
Kualitas Pelayanan	.332	.092	.339	3.630	.000
Loyalitas Pelanggan	.214	.069	.291	3.123	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2026

Dari Tabel 4.16 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 19,157 + 0,332X_1 + 0,214X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 19,157 artinya apabila kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan adalah nol (0) maka kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih nilai nya sebesar 19,157.
2. Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,332 adalah positif. artinya terjadi hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Jadi, terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X_1) dan dimana faktor-faktor lain tersebut konstan, maka dapat meningkatkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,332 satuan.
3. Koefisien regresi pada variabel loyalitas pelanggan (X_2) sebesar 0,214 adalah positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Jadi, apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel independen yaitu loyalitas pelanggan (X_2) dimana faktor-faktor lain tersebut konstan maka dapat meningkatkan tingkat variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 0,214 satuan.

4.7 Analisis koefisien korelasi

Uji korelasi adalah cara untuk mengukur kedekatan atau keterkaitan antara dua variabel atau lebih, yang mana penelitian ini hanya terdapat 2 variabel X dan 1 variabel Y. Untuk menganalisis tingkat hubungan, peneliti juga menggunakan bantuan SPSS.

Sedangkan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan tersebut digunakan interpretasi koefisien. Menurut Sugiyono pedoman korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.17 Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien [®]	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1.00	Sangat Kuat

Sumber: Data diolah 2026

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.245	3.90770

Sumber: Data diolah 2026

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen adalah satu arah, dan Ketika kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen juga meningkat. Nilai r atau korelasi Pearson sebesar 0,510 menunjukkan hubungan atau korelasi yang sedang.

4.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hasil apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat sesuai dengan dugaan hipotesis yang

telah dirumuskan sebelumnya. Untuk itu, pengujian dilakukan dengan bantuan SPSS melalui uji parsial (t) dan simultan (F).

4.8.1 Uji t (Persial)

Menurut Ghozali (2020:101) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu , terhadap variabel dependen yaitu Pengendalian Internal. Kriteria uji parsial yang dilakukan yaitu:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, $sig > 0,05$ maka variabel bebas secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (hipotesis ditolak).
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, $sig < 0,05$ maka variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat (hipotesis diterima).

Nilai t tabel pada $df = n - 1 = 97 - 2 = 95$, $\alpha = 0,05$ adalah 3,94

Tabel 4.18 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19.157	4.208		4.553	.000
Kualitas Pelayanan	.332	.092	.339	3.630	.000
Loyalitas Pelanggan	.214	.069	.291	3.123	.002

A. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2026

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individual variabel-variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat, apabila nilai signifikat lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel. Maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung ($3.630 > t$

tabel 1,988 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih dan hipotesis diterima.

2. Pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel loyalitas pelanggan (X2) diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel. Maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung 3.123 $> t$ tabel (1,988) dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih dan hipotesis diterima.

4.8.2 Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji ini pada dasarnya digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai dampak secara bersama-sama terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Dasar pengambilan keputusan pengujian:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ Maka H_1 diterima yang berarti model persamaan penelitian ini signifikan.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_1 ditolak yang berarti model persamaan penelitian ini tidak signifikan.

Tabel 4.19 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505.286	2	252.643	16.545	.000 ^b
	Residual	1435.394	94	15.270		
	Total	1940.680	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas dapat dikatakan berpengaruh apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sebaliknya tidak terdapat pengaruh apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$. Nilai F_{tabel} pada $df_1 = K - 1 = 2 - 1 = 1$ dan $df_2 = 97 - 2 - 1 = 94$ dengan $\alpha = 0,05$ adalah 3,94 Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Atau $16,545 > 3,94$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.H3 Diterima

4.8.3 Uji Koefien Determinasi (R^2)

Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol maka semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.20 Hasil Uji R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.245	3.90770

a. *Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan*

b. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Sumber: Data diolah 2026

Diketahui bahwa nilai adjusted Rsquare adalah sebesar 0,245 artinya, variabel kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) memiliki kontribusi positif sebesar 24,5% terhadap variabel dependent kepuasan konsumen (Y) sedangkan sisanya adalah sebesar 75,5% di pengaruhi oleh faktor variabel lainnya yang tidak di masukkan dalam penelitian seperti: harga, promosi faktor lainnya. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel tersebut untuk penelitian selanjutnya.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang ”yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih” di peroleh hasil berikut.

4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi X1 (kualitas pelayanan) sebesar di atas menunjukkan bahwa variabel (X1) kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung $3,360 > t$ tabel $1,988$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \text{dari } 0,05$ yang artinya variabel (X1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Di Kota Prabumulih. Maka dapat disimpulkan H1 diterima, penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan menimbulkan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. hal ini sejalan dengan temuan Budiono (2021) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Sasmita & Handayani (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan yang cepat, ramah dan responsif meningkatkan kualitas pelayanan dan berdampak langsung pada tingginya kepuasan konsumen.

4.9.2 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi X2 (loyalitas pelanggan) menunjukkan bahwa variabel (X2) loyalitas pelanggan memiliki nilai t hitung $3,123 > t$ tabel $1,988$ dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < \text{dari } 0,05$ yang artinya variabel (X2) loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Maka dapat di simpulkan H2 diterima. Penelitian ini mengidentifikasikan bahwa loyalitas pelanggan menimbulkan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan sopan membuat pelanggan merasa puas. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh kotler &

keller (2022). yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat. Pelanggan yang loyal cenderung memiliki pengalaman positif yang berulang sehingga memperkuat tingkat kepuasan mereka terhadap perusahaan. Selain itu, loyalitas juga menjadi indikator bahwa perusahaan telah berhasil memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian diatas menyatakan bahwa, variabel (X1) Kualitas pelayanan dan variabel (X2) loyalitas pelanggan mempunyai pengaruh positif secara bersamaan (simultan) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yang didapat sebesar $16,545 > 3,94$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H3 diterima. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan loyalitas pelanggan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 24,5%, sedangkan sisanya 75,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini, seperti harga dan promosi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel tersebut agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih, serta objek dalam penelitian ini Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih, dengan responden sebanyak 97 orang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Dimana bisa dilihat dari t hitung $>$ t tabel atau $3,630 > 1,98$ dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$.
2. Loyalitas pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Dimana bisa dilihat dari t hitung $>$ t tabel atau $3,123 > 1,988$ nilai signifikan sebesar $0.002 < 0.05$.
3. Kualitas pelayanan (X1) loyalitas pelanggan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa F hitung $>$ F tabel atau $16,545 > 3,94$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan (X₁) dan loyalitas pelanggan (X₂) mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 24,5% sedangkan sisanya sebesar 75,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga dan promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih*”, maka beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Hotel Gran Nikita disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kebersihan kamar, serta kenyamanan fasilitas hotel agar konsumen merasa puas dan nyaman selama menginap. Selain itu, pihak hotel juga perlu menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan pelayanan yang konsisten, promo menarik, program member, serta meningkatkan komunikasi yang baik dengan pelanggan sehingga konsumen memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa hotel.
2. Karyawan diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme kerja, sikap ramah, tanggap terhadap keluhan konsumen, serta mampu memberikan pelayanan terbaik agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dan citra hotel semakin baik di mata masyarakat.
3. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang dapat dilihat dari hasil besarnya pengaruh kedua variabel, oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga dan promosi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada hotel lain atau menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Dewi, S. (2021). Kepuasan konsumen sebagai indikator keberhasilan layanan jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 115–124.
- Arianto. (2018). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Chandra, T. (2020). *Service Quality dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Garini, R., Putra, A., & Lestari, D. (2021). Kerangka konseptual dalam penelitian manajemen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 45–53.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gusti, R., Hidayat, A., & Prasetyo, B. (2022). Analisis kepuasan konsumen pada industri jasa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 33–41.
- Haninda, R., & Indriyani, F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Hotel Gunawangsa Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 78–89.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mahira, S., Putri, A., & Lestari, R. (2021). Kepuasan pelanggan sebagai respon emosional konsumen. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 4(1), 21–30.
- Mukminah. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan, dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada PT Dinasty Han Djaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 101–112.
- Oliver, R. L. (2021). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). New York: Routledge.

- Purnomo, R., Sari, D., & Nugroho, A. (2020). Persaingan industri perhotelan dan strategi pelayanan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(1), 1–10.
- Putri, A., Rahmawati, L., & Hidayat, R. (2021). Kualitas produk dan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 56–65.
- Rahayu, S. (2019). *Manajemen Kualitas Layanan*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmadi, A., Putra, D., & Wijaya, T. (2025). Pengaruh kualitas jaringan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 11(1), 88–99.
- Setiawan, D., & Puspitadewi, I. (2022). Loyalitas pelanggan sebagai komitmen jangka panjang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 145–154.
- Soekarjo, S., & Astuti, R. (2020). Metode pengujian hipotesis dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(1), 22–31.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suworo, H., & Sagita, R. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Herona Express Pamulang. *Jurnal Logistik dan Bisnis*, 10(1), 60–70.
- Syafiq. (2019). Indikator kepuasan konsumen dalam layanan jasa. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 90–98.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Service Quality dan Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2021). *Kepuasan Pelanggan dalam Persaingan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ummah, N., & Walyoto, S. (2024). Loyalitas pelanggan dalam industri jasa perhotelan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 8(1), 25–36.
- Yuninda. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yusri, M., & Kurniawan, R. (2021). Analisis kepuasan konsumen berdasarkan teori Oliver. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 112–121.

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran I Kuesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAN NIKITA KOTA PRABUMULIH

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 40 - 49 tahun
☐ 20 - 29 tahun ☐ ≥ 50 tahun
☐ 30 - 39 tahun
4. Pendidikan : ☐ SMA/SMK ☐ Sarjana (S1)
☐ Diploma (D3) ☐ tidak sekolah
5. Lama Berlangganan : ☐ 1 kali ☐ > 3-4 kali
☐ 2-3 kali
6. Pekerjaan : ☐ pelajar/mahasiswa ☐ wiraswasta
☐ pegawai negeri (PNS) ☐ pegawai swasta
☐ ibu rumah tangga
7. Pendapatan : ☐ < Rp 1.000.000 ☐ > Rp 5.000.000
☐ Rp 1.000.000-5.000.000
8. Wilayah Tempat Tinggal : ☐ kota Prabumulih
☐ : ☐ luar kota prabumulih

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian terhadap hal-hal dibawah ini dengan tanda (✓) yang paling tepat menurut saudara, Alternatif jawaban terdiri dari:

(SS) : Sangat Setuju (S) : Setuju (N) : Netral

(TS) : Tidak Setuju (STS) : Sangat Tidak Setuju

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X1)		JAWABAN				
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Hotel Gran Nikita memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada tamu sejak awal pemesanan hingga selesai menginap.					
2	Pelayanan yang saya terima dari Hotel Gran Nikita jarang mengalami kesalahan dan sesuai dengan prosedur yang berlaku.					
3	Karyawan Hotel Gran Nikita menunjukkan kesigapan dalam melayani kebutuhan dan permintaan tamu.					
4	Karyawan Hotel Gran Nikita dengan cepat merespons ketika saya membutuhkan bantuan atau informasi selama menginap.					
5	Karyawan Hotel Gran Nikita memberikan perhatian yang baik terhadap setiap tamu tanpa membedakan .					
6	Karyawan hotel mampu memahami kebutuhan dan keluhan tamu dengan sikap yang rama dan sopan.					
7	Proses pelayanan seperti check-in dan check-out dilakukan secara tepat waktu dan tidak berbelit-belit					
8	Informasi yang diberikan oleh karyawan hotel disampaikan dengan jelas,akurat,dan mudah dipahami.					
9	Setiap keluhan yang saya sampaikan ditangani dengan serius dan diselesaikan dengan baik oleh pihak hotel .					
10	Secara keseluruhan,kualitas pelayanan yang di berikan Hotel Gran Nikita sudah sesuai dengan harapan saya sebagai tamu.					

VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN(X2)		JAWABAN				
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering menyampaikan hal-hal positif tentang Hotel Gran Nikita kepada orang lain berdasarkan pengalaman menginap saya .					
2	Saya merasa Hotel Gran Nikita memiliki citra yang baik dibandingkan hotel lain dikota prabumulih.					
3	Saya merasa bangga menginap di Hotel					

	Gran Nikita karena kualitas pelayanan yang diberikan.					
4	Saya bersedia merekomendasikan Hotel Gran Nikita kepada teman yang membutuhkan tempat menginap.					
5	Saya bersedia merekomendasikan Hotel Gran Nikita kepada keluarga atau kerabat terdekat.					
6	Saya akan memberikan ulasan atau penilaian positif mengenai Hotel Gran Nikita kepada orang lain.					
7	Saya memiliki keinginan untuk kembali menginap di Hotel Gran Nikita pada kesempatan berikutnya.					
8	Hotel Gran Nikita menjadi pilihan utama saya ketika membutuhkan akomodasi di Prabumulih.					
9	Saya tidak mudah berpindah ke hotel lain meskipun terdapat banyak pilihan hotel di sekitar.					
10	Saya tetap memilih Hotel Gran Nikita meskipun hotel lain menawarkan harga atau promosi yang serupa.					

VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)		JAWABAN				
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pelayanan yang saya terima dari Hotel Gran Nikita sesuai dengan harapan saya sebelum menginap.					
2.	Fasilitas yang disediakan Hotel Gran Nikita mampu memenuhi kebutuhan saya selama menginap.					
3.	Pengalaman menginap di Hotel Gran Nikita memberikan kesan yang menyenangkan bagi saya.					
4.	Saya merasa puas terhadap kinerja karyawan Hotel Gran Nikita dalam melayani tamu.					
5.	Kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Gran Nikita sesuai dengan biaya yang saya keluarkan					
6.	Saya merasa nyaman dan aman selama menginap di Hotel Gran Nikita.					
7.	Secara keseluruhan, saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hotel Gran Nikita.					

8.	Keputusan saya memilih Hotel Gran Nikita sebagai tempat menginap merupakan keputusan yang tepat.					
9.	Hotel Gran nikita mampu memberikan pengalaman menginap yang sesuai dengan ekspektasi saya.					
10.	Secara umum, saya merasa puas dan tidak menyesal telah menginap di Hotel Gran Nikita.					



	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	TOTAL	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11		
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	4	5	2	1	5	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	43	3	3	5	5	5	4	4	2	4	5	42	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37	
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	48	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	36	
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	41	3	2	4	4	3	4	4	5	4	4	4	41	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	44	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
5	5	5	5	2	2	2	1	2	3	30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	48	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
5	5	5	5	5	4	4	4	3	1	2	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	2	42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46	3	4	5	4	5	4	4	2	3	4	5	43	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	4	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	46	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	47	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	44
4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	44	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	51	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
2	4	4	3	1	4	4	3	3	5	32	5	5	5	4	5	5	5	3	5	1	1	43	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	45
4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	43	4	4	2	5	4	5	4	3	3	5	5	44	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	4	4	2	2	5	3	40	1	2	1	4	4	4	2	5	5	5	5	37	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46	5	5	5																						

no	Nama	jenis kelamin	usia	pendidikan	pekerjaan	frekuensi kunjungam	pendapatan	wilayah
1	firman	laki-laki	20-29 thn	D3	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
2	ASWANDI	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
3	Rian	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
4	Iqbal	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
5	dona	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
6	deva ariana	perempuan	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
7	mustika	perempuan	20-29 thn	S1	1 kali	pegawai swasta	>5 jt	luar pbm
8	jihad maullana	perempuan	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
9	frenska zamirudin	laki-laki	30-30 thn	S1	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pmb
10	nadia	perempuan	20-29 thn	D3	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
11	heni okana	perempuan	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
12	denny agustiansa	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pmb
13	wiyang	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	>5 jt	pmb
14	muamar	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm
15	devi	perempuan	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
16	hari mumbara	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
17	Ferdiansyah	laki-laki	20-29 thn	S1	3-4 kali	pegawai swasta	>5 jt	pbm
18	nadira	perempuan	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
19	sahir	laki-laki	30-39 thn	SMA	3-4 kali	pegawai swasta	>5 jt	pbm
20	farid	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
21	afnan wahyu	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
22	jonas	laki-laki	30-39 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	pbm
23	alan	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
24	dodi sumartono	laki-laki	30-39 thn	S1	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	pbm
25	tommy	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	pbm
26	dwi nur	perempuan	20-29 thn	S1	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
27	hasan asari	laki-laki	30-39 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	2-3 jt	luar pbm
28	tabrani	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
29	tio immanuel	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
30	damar	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
31	alaik	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm
32	m. benny	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
33	ari anggara	laki-laki	40-49 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
34	hermanto	laki-laki	30-39 thn	SMA	3-4 kali	pegawai swasta	>5 jt	pbm
35	dian	perempuan	20-29 thn	S1	2-3 kali	Pegawai negeri(pns)	1-5 jt	luar pbm
36	kalpis	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	Pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
37	dedi sungritono	laki-laki	30-39 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
38	dholi	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm
39	sandi	laki-laki	20-29 thn	S1	1 kali	pegawai swasta	>5 jt	luar pbm
40	diego	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
41	pedri wangga	laki-laki	30-39 thn	D3	3-4 kali	pegawai swasta	>5 jt	luar pbm
42	myara tiprani	perempuan	20-29 thn	S1	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
43	hendra sagita	laki-laki	30-39 thn	S1	3-4 kali	Pegawai negeri(pns)	> 5 JT	pbm
44	toni herjaya	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
45	pajar	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
46	manalom	laki-laki	40-49 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
47	agus sulistiono	laki-laki	30-39 thn	S1	1 kali	Pegawai negeri(pns)	1-5 jt	luar pbm
48	daya risaldi	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
49	suriawan	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
50	aldo	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
51	adi rilandoro	laki-laki	30-39 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm
52	rafian	laki-laki	<20 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	<1 jt	luar pbm
53	habibi	laki-laki	30-39 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
54	pedrobil	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
55	pirly	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
56	heriyanto	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm
57	cecep	laki-laki	30-39 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
58	rizal maulana	laki-laki	30-39 thn	S1	2-3 kali	Pegawai negeri(pns)	1-5 jt	luar pbm
59	aji rahmat	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
60	andar	laki-laki	30-39 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
61	yusuf	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	pbm
62	nathanagil	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
63	ghulana	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
64	afrizal	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
65	kompol eriyadi	laki-laki	40-49 thn	S1	3-4 kali	Pegawai negeri(pns)	>5 jt	pbm
66	mario	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
67	dito	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
68	geby	perempuan	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
69	irvan	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
70	adam	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
71	irwan	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
72	alfansus	laki-laki	20-29 thn	S1	2-3 kali	Pegawai negeri(pns)	1-5 jt	pbm
73	angga permana	laki-laki	30-39 thn	SMA	3-4 kali	wiraswasta	1-5 JT	pbm
74	yudi miftahudin	laki-laki	30-39 thn	S1	2-3 kali	pegawai swasta	>5 jt	luar pbm
75	fadilah	perempuan	20-29 thn	S1	2-3 kali	Pegawai negeri(pns)	1-5 jt	pbm
76	thosis	laki-laki	30-39 thn	SMA	3-4 kali	pegawai swasta	>5 jt	pbm
77	as zulfikar	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
78	supri rinkan	laki-laki	30-39 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
79	dilan	laki-laki	20-29 thn	SMA	1 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
80	jaka pengadi	laki-laki	20-29 thn	SMA	3-4 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
81	teguh	laki-laki	30-39 thn	S1	3-4 kali	Pegawai negeri(pns)	>5 jt	pbm
82	arie mustofa	laki-laki	30-39 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	pbm
83	fatwa	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
84	apriani dini	perempuan	20-29 thn	S1	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
85	mey lani	perempuan	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 JT	pbm
86	Agustri	perempuan	20-29 thn	SMA	1 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
87	ruad	laki-laki	30-39 thn	SMA	2-3 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm
88	Fery kurnia	laki-laki	30-39 thn	S1	3-4 kali	pegawai swasta	>5 jt	pbm
89	mjall	laki-laki	30-39 thn	SMA	3-4 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	pbm
90	taufik	laki-laki	20-29 thn	D3	3-4 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
91	viki milaksona	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	pbm
92	dwiki saputra	laki-laki	20-29 thn	S1	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
93	fransisko	laki-laki	20-29 thn	D3	2-3 kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
94	hari nugraha	laki-laki	20-29 thn	S1	1 kali	Pegawai negeri(pns)	> 5 jt	luar pbm
95	hevan	laki-laki	20-29 thn	D3	1 Kali	pegawai swasta	1-5 jt	luar pbm
96	m. Fakhrol	laki-laki	20-29 thn	SMA	2-3 kali	pelajar/mahasiswa	1-5 jt	luar pbm
97	sat tahti	laki-laki	20-29 thn	D3	1 kali	wiraswasta	1-5 jt	luar pbm

Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS 26

Hasil Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean Item Deleted	if Scale Variance Item Deleted	Corrected if Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.2784	17.786	.353	.315	.712
X1.2	38.3402	18.373	.324	.309	.716
X1.3	38.3814	18.363	.269	.249	.725
X1.4	38.2577	17.506	.421	.276	.702
X1.5	38.2990	16.816	.426	.356	.700
X1.6	38.4330	16.602	.487	.375	.690
X1.7	38.4330	16.956	.410	.325	.703
X1.8	38.4330	16.936	.446	.399	.697
X1.9	38.1753	17.959	.367	.277	.710
X1.10	38.3505	17.709	.360	.240	.711

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Item Variance Item Deleted	Corrected if Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	41.8144	30.882	.454	.522	.736
X2.2	41.7113	31.437	.458	.485	.736
X2.3	41.6186	33.197	.358	.273	.748
X2.4	41.7526	33.313	.351	.296	.749
X2.5	41.7423	32.256	.403	.422	.743
X2.6	41.7835	31.005	.532	.446	.728
X2.7	41.7629	30.079	.624	.456	.717
X2.8	41.8351	30.223	.525	.456	.727
X2.9	41.8041	31.305	.430	.425	.739
X2.10	41.8351	30.723	.399	.329	.744

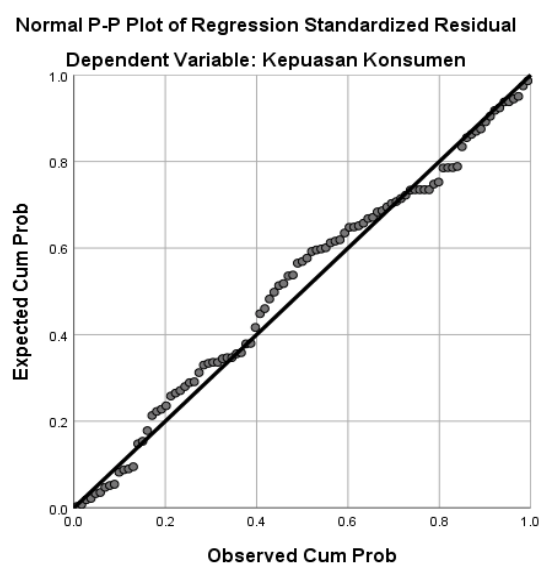
Item-Total Statistics

	Scale if Deleted	Mean Item	Scale Variance Deleted	Corrected if Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	38.9794		15.437	.481	.360	.713
Y.2	38.8557		16.833	.445	.283	.720
Y.3	38.9897		17.177	.287	.328	.745
Y.4	38.9175		17.701	.321	.205	.736
Y.5	38.8763		17.547	.348	.434	.733
Y.6	38.7010		17.816	.299	.448	.739
Y.7	38.7835		16.255	.519	.333	.708
Y.8	38.7629		17.058	.461	.300	.719
Y.9	38.7835		16.109	.500	.496	.710
Y.10	38.7423		16.443	.424	.435	.722

2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Nilai Alpha	Keterangan
X1	0,728	0,6	Reliabel
X2	0,760	0,6	Reliabel
Y	0,745	0,6	Reliabel

Hasil Uji Asumsi Klasik



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

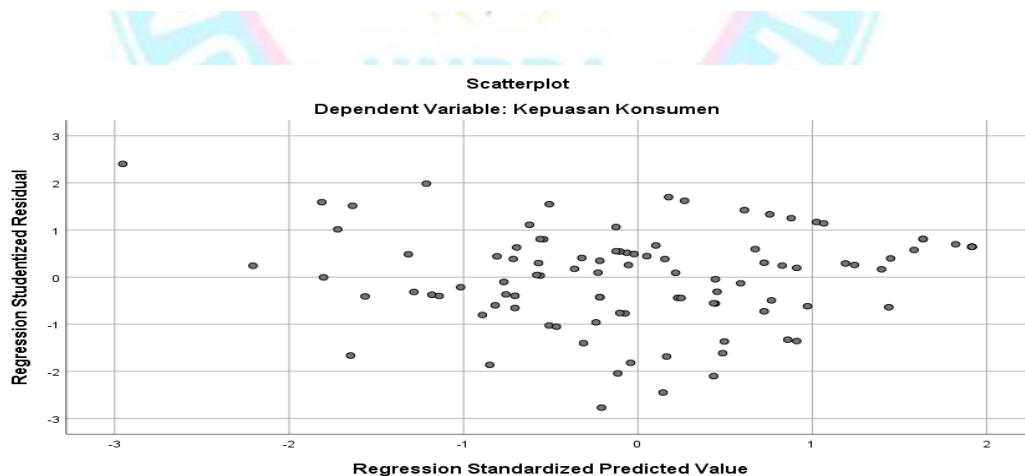
			Unstandardized Predicted Value
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		43.1546392
	Std. Deviation		2.29421019
Most Extreme Differences	Absolute		.045
	Positive		.045
	Negative		-.043
Test Statistic			.045
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1(Constant)	4.231	1.152		3.673	0.001		

X1	0.41 2	0.08 5	0.385	4.847	0.0 00	0.905	1.105
X2	0.52 3	0.09 2	0.451	5.685	0.0 00	0.905	1.105

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19.157	4.208		4.553	.000
Kualitas Pelayanan	.332	.092	.339	3.630	.000
Loyalitas Pelanggan	.214	.069	.291	3.123	.002

A. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	505.286	2	252.643	16.545	.000 ^b
Residual	1435.394	94	15.270		
Total	1940.680	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.245	3.90770

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 4 Tabulasi Distribusi Statistik

1. Tabel r (r-tabel)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

2. Tabel t (t-table)

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

3. Tabel f (f-tabel)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 5 Surat Observasi



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Prabumulih, 30 Oktober 2025

Nomor : 071 /MNJ /FEB/ UNPRA/X/2025
 Lampiran : -
 Perihal : Surat Izin Observasi

Kepada Yth.
 Pimpinan Hotel Grand Nikita Prabumulih
 Kota Prabumulih

di

Tempat

Berdasarkan kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen bahwa mahasiswa yang telah menyelesaikan seluruh mata kuliah diwajibkan untuk membuat Skripsi. Maka kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan izin Observasi kepada mahasiswa dibawah ini :

Nama	: Meisa Afriani
NIM	: 2022110099
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih

Untuk melaksanakan penelitian sebagai bahan Skripsi di Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Dan mohon kiranya agar Bapak/Ibu dapat membantu untuk memberikan izin Observasi.

Demikianlah surat permohonan penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.


 Ketua Prodi Manajemen
Amandin, S.Pt., M.M.
 NIDN. 0207088802



Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id

Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian



GRAN NIKITA HOTEL

Jl. Jend Sudirman No. 56 Prabumulih
Phone. (0713)-322397 Fax.(0713) 322707

SURAT BALASAN PENELITIAN NOMOR : 001/HRD-GNH/VII/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hj. Era Chairul
Jabatan : Manager Hotel Gran Nikita Prabumulih

Dengan ini menerangkan kepada:

Nama : Meisa Afriani
NIM : 2022110099
Jurusan/Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Angkatan : 2022

Benar bahwa yang bersangkutan telah diberikan izin dan telah selesai melaksanakan penelitian di Hotel Gran Nikita Prabumulih dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.”

Selama melaksanakan penelitian, yang bersangkutan telah mengikuti ketentuan dan tata tertib yang berlaku di Hotel Gran Nikita Prabumulih.

Demikian surat balasan penelitian ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Prabumulih, 07 Juli 2026

Yours faithfully,



Hj. Era Chairul
Manager

Lampiran 7 Surat Penelitian



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Prabumulih, 29 Januari 2026

Nomor : 132 /MNJ /FEB/ UNPRA/I/2026
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin
 Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth.
 Owner Hotel Grand Nikita
 Kota Prabumulih

DI

Tempat

Berdasarkan kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen bahwa mahasiswa yang telah menyelesaikan seluruh mata kuliah diwajibkan untuk membuat Skripsi. Maka kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan izin kepada mahasiswa dibawah ini :

Nama : Meisa Afriani
 NIM : 2022110094
 Program Studi : Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih

Untuk melaksanakan penelitian sebagai bahan Skripsi di Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Dan mohon kiranya agar Bapak/Ibu dapat membantu untuk memberikan data yang relevan dengan Judul Skripsi tersebut.

Demikianlah surat permohonan penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Ketua Prodi Manajemen



Amandin, S.Pt., M.M.
 NIDN. 0207088802

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id

Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Penelitian



GRAN NIKITA HOTEL

Jl. Jend Sudirman No. 56 Prabumulih
Phone. (0713)-322397 Fax.(0713) 322707

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
Nomor: 001/HRD-GNH/VII/2026

Dengan ini menerangkan kepada:

Nama : Meisa Afriani
NIM : 2022110099
Jurusan/Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Angkatan : 2022

bahwa yang bersangkutan benar-benar telah selesai melaksanakan Penelitian di Gran Nikita Hotel Prabumulih dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyallitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Prabumulih, 07 Juli 2026
Yours faithfully,



Hj. Era Chairul
Manager

Lampiran 9 Lembar Bimbingan



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Meisa Afriani
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih.

DOSEN PEMBIMBING I : Yudi Tusri S.E.,M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17/12 2024	Bab I	Penambahan data Persiapan pada bab I		
22/12 2024	Bab II	Ace		
7/1 2025	Bab III	Perbaikan yg di koreksi pada tambahan ke bab III kelora		
8/1 2025	Bab IV	Ace		
8/1 2025	Bab V	Ace		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing I

Yudi Tusri S.E.,M.Si
NIDN.0214087201

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Meisa Afriani
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih.

DOSEN PEMBIMBING I : Yudi Tusri S.E., M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
17/6 2026	Bab IV	perbaikan ket tabel pengulas uat dan uat perbaikan		
18/6 2026	Bab IV	perbaikan per perbaikan perbaikan uat pengulas		
18/6 2026	Bab V	perbaikan		
18/6 2026	Bab IV	Ace		
18/6 2026	Bab V	Ace		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Deshiana, S.E., M.M
 NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing I

Yudi Tusri S.E., M.Si
 NIDN.0214087201

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : MEISA AFRIANI
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Romsa Endrekson, S.P., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
Rdai 26/11/25	BAB I -	- Pelajari Pedoman Penulis an tugas Akhir. - Teknik Penulisan : + Margin 4 : 3 : 3 : 3 + Spasi cover : 1 sp + Maslu 1.5 sp - Sitasi / kutipan (tebar)		
Juni 8/12/25	BAB I	- Margin 4 : 3 : 3 : 3 - Rumusan masalah - Susunan sub-bab		
Senin 15/12/25	BAB I	- Aki - lanjutkan BAB II		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Romsa Endrekson, S.P., M.M
NIDN.0213057202

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia
e-mail: mail@unpra.ac.id Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : MEISA AFRIANI
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Romsa Endrekson, S.P., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
Senin 22/11-25	BAB II	- Tulis paragraf Sitasi/ kutipan - penomoran Sub-bab dan awal Sub bab - Tabel pendirian terdahulu. - kerangka pemikiran.		
Selasa 6/1/16	BAB II	- ACC - lanjut ke bab 10.		
Ramis 8/1-26	BAB II	- Tulis paragraf. - paparan konsepsi. - Teknik uji/inter		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Romsa Endrekson, S.P., M.M
NIDN 0213057202

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : MEISA AFRIANI
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Romsa Endrekson, S.P.,M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
Juni 5/1-26	- BAB III	- Acc. - Paragraf keutuhan - Paragraf full paper. - Paragraf slide. PPT - Persiapan untuk Seminar Proposal.		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis


 Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
 NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II


 Romsa Endrekson, S.P.,M.M
 NIDN.0213057202

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : MEISA AFRIANI
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Romsa Endrekson, S.P., M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
Kamis 7/bub	BAB II	- Teknis penulisan. - Tabel bergaris horizontal - Tabel jangan terpotong - Spasi antar sub judul. - Judul tabel - - memuat - Tabel uji validasi dgn - dgn copy hasil SPSS		
Senin 15/6-2	BAB IV	- A-C-C. - Lengkapi ke BAB V. - hasil WR t		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Romsa Endrekson, S.P., M.M
NIDN.0213057202

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : MEISA AFRIANI
NIM : 2022110099
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Nikita Prabumulih

DOSEN PEMBIMBING II : Romsa Endrekson, S.P.,M.M

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
Senin 15/6-26	BAB V	- Kesimpulan. menyimpulkan jawaban atas masalah pada bab V. - Saran menyimpulkan Revisi berdasarkan Revisi di bab V.		
Rabu 17/6 2026		- ALc - m KB I		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

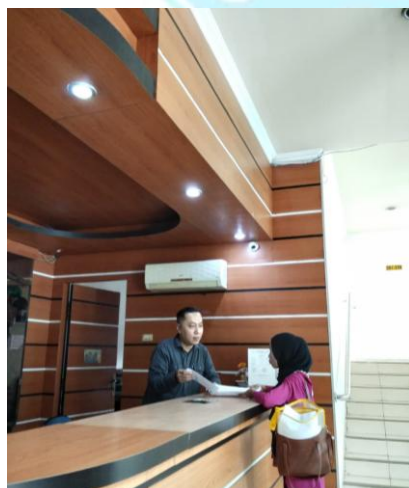
Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Romsa Endrekson, S.P.,M.M
NIDN.0213057202

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id

Lampiran 10 Dokumentasi



Lampiran 11 Riwayat Hidup



Meisa Afriani adalah penulis dari skripsi ini. Penulis lahir di Tj. Raman, Kecamatan Prabumulih Selatan, Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 15 Mei 2003 sebagai anak pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Arlan Susanto dan Ibu Eva Andriani. Penulis memulai pendidikan formal di SD Negeri 53 Prabumulih pada tahun 2008 dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2015. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 3 Prabumulih dan lulus pada tahun 2018.

Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan ke SMK Negeri 2 Prabumulih dengan mengambil jurusan Tabog (Tata Boga) dan lulus pada tahun 2021 setelah menyelesaikan pendidikan menengah. Penulis tidak langsung melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dikarenakan penulis bekerja dan pada tahun 2022 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Prabumulih program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Insyaallah akan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2026 ini selama menempuh pendidikan tersebut penulis menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan semangat motivasi dan ketekunan yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai bentuk tanggung jawab akademik selama masa perkuliahan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih”