

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JEREJAK RAINFOREST RESORT DAN SPA PENANG MALAYSIA”

Nina Kurniawati
0801121

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa*. (2) Untuk mengetahui loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa*. (3) Untuk menganalisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa*.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah Accidental Sampling di mana sebanyak 80 wisatawan yang menginap di Jerejak *Rainforest Resort and Spa* dijadikan sebagai responden. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode interval berurutan, perhitungan regresi linear, korelasi pearson dan koefisien determinasi.

Kesimpulan dari analisis yang diperoleh bahwa kualitas pelayanan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa* berada dalam kategori sedang atau biasa saja. Sedangkan kondisi loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa* masih biasa-biasa saja. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa* yang ditunjukkan dengan korelasi pearson sebesar 0,902. Sedangkan koefisien determinasi sebesar 57,0% menerangkan bahwa 57,0% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Persamaan regresi linier kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yaitu $\hat{Y} = 0,076 + 0,902 X$. Hal ini menunjukkan bahwa untuk a adalah 0,076 sedangkan untuk b adalah 0,902. Konstanta 5,260 dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan bernilai 0,076 jika kualitas pelayanan tidak diimplementasikan, namun apabila kualitas pelayanan diimplementasikan terdapat peningkatan sebesar 0,902. atau setiap peningkatan kualitas pelayanan (X) sebesar 100% maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 10,1%. Dengan demikian, semakin tinggi nilai kualitas pelayanan (X), maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan (Y).

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Loyalitas pelanggan, Pengaruh

Nina Kurniawati, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jerejak Rainforest Resort And Spa Penang Malaysia

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

“THE INFLUENCE OF QUALITY SERVICE TO THE COSTUMER’S LOYALTY IN JEREJAK RAINFOREST RESORT AND SPA”

Nina Kurniawati
0801121

ABSTRACT

This study aims to: (1) To determine the quality of service in Jerejak Rainforest Resort and Spa. (2) To determine customer loyalty Jerejak Rainforest Resort and Spa. (3) To analyze the quality of care in improving customer loyalty in Jerejak Rainforest Resort and Spa.

The research method used is descriptive quantitative approach. Data collection techniques used are literature study, observation, interviews and questionnaires. Sampling technique used is the Accidental Sampling in which as many as 80 tourists who stay in Jerejak Rainforest Resort and Spa made as respondents. In analyzing the data, the authors use the method of successive intervals, calculation of linear regression, and a Pearson correlation coefficient of determination.

The conclusion of the analysis found that the quality of service in Jerejak Rainforest Resort and Spa is in the medium category or indifferent. While the condition of customer loyalty in Jerejak Rainforest Resort and Spa is still mediocre. Based on the results of the study showed a moderate relationship between service quality with customer loyalty in Jerejak Rainforest Resort and Spa is addressed by Pearson correlation of 0.902. While the coefficient of determination of 57.0% 57.0% stated that customer loyalty is influenced by the quality of service, while the rest is influenced by other factors.

Linear regression equations of service quality with customer loyalty that is $Y = 0.076 + 0.902 X$. This shows that for a is 0.076, while for b is 0.902. Constant of 5.260 means that customer loyalty is worth 0.076 if the quality of service is not implemented, but if the quality of service is implemented as improvements of 0.902. or any increase in the quality of service (X) by 100%, the customer loyalty (Y) will increase by 10.1%. Thus, the higher the value of quality of service (X), it also increases customer loyalty (Y).

Keywords: Quality of service, customer loyalty, influence

Nina Kurniawati, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jerejak Rainforest Resort And Spa
Penang Malaysia

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu