

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS TAMU INTERCONTINENTAL BANDUNG DAGO PAKAR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan pengajuan judul skripsi Program  
Studi Manajemen Resort and Leisure



**Oleh**

**Muhammad Sa'ad**

**1704389**

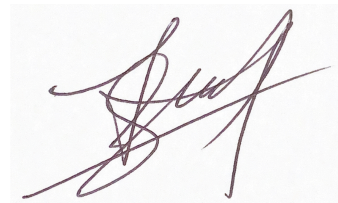
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2022**

## **PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu InterContinental Bandung Dago Pakar” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2022,

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Sa'ad', written over a light gray rectangular background.

Muhammad Sa'ad  
NIM 1704389

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Muhammad Sa'ad

1704389

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS TAMU INTERCONTINENTAL BANDUNG DAGO PAKAR**

Disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



**Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE**

**NIP. 19791215 200812 2 002**

Pembimbing II



**Sri Marhanah, S.S., M.M.**

**NIP. 19811014 200601 2 001**

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



**Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE**

**NIP. 19791215 200812 2 002**

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS TAMU INTERCONTINENTAL BANDUNG DAGO PAKAR**

**Oleh:**

**Muhammad Sa'ad**

**1704389**

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas tamu InterContinental Bandung Dago Pakar dan juga menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan *probability sampling*, yaitu *simple random sampling* dengan populasi responden merupakan tamu yang pernah menginap ke InterContinental Bandung Dago Pakar. Skala yang digunakan adalah skala *likert* dan data diolah menggunakan *software* IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan ada pada kategori sangat tinggi, tingkat kepuasan tamu ada pada kategori sangat tinggi, dan tingkat loyalitas tamu ada pada kategori tinggi. Kesimpulannya adalah pertama terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Kedua terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu. Terakhir, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, dan Loyalitas Tamu**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON GUEST SATISFACTION  
AND LOYALTY OF INTERCONTINENTAL BANDUNG DAGO PAKAR***

**By:**

**Muhammad Sa'ad**

**1704389**

**ABSTRACT**

The purpose of this study is to identify how service quality, satisfaction and loyalty of InterContinental Bandung Dago Pakar guests and also to analyze the influence of service quality on guest satisfaction and loyalty. The research method used is quantitative and the data analysis technique used is path analysis with 100 respondents. The sampling technique used is probability sampling, namely simple random sampling with the respondent population being guests who have stayed at InterContinental Bandung Dago Pakar. The scale used is a Likert scale and the data is processed using IBM SPSS 25 software. The results of this study indicate that the level of service quality is in the very high category, the level of guest satisfaction is in the very high category, and the level of guest loyalty is in the high category. The conclusion is that first there is a positive and significant effect of service quality on guest satisfaction. Second, there is a positive and significant effect of service quality on guest loyalty. Finally, there is no positive and significant effect of guest satisfaction on guest loyalty.

***Keywords : Service Quality, Guest Satisfaction, Guest Loyalty***

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR DIAGRAM .....	xii
DAFTAR GRAFIK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	1
2.1 Tinjauan Teori .....	1
2.1.1 Pemasaran Jasa .....	1
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	2
2.1.3 Kepuasan Tamu.....	5
2.1.4 Loyalitas Tamu.....	10
2.1.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan dan Loyalitas Tamu .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.2 Jenis dan Metode Penelitian .....	22
3.3 Populasi Penelitian.....	22
3.4 Sampel Penelitian.....	23

3.5	Variabel Penelitian.....	24
3.6	Operasional Variabel .....	25
3.7	Instrumen Penelitian .....	29
3.8	Uji Validitas dan Uji Realibiliitas.....	30
3.8.1	Uji Validitas .....	30
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	35
3.9	Teknik Analisis Data.....	37
3.9.1	Teknik Analisis Data Deskriptif.....	37
3.9.2	Teknik Analisis Data Verifikatif.....	38
3.10	Uji Hipotesis.....	40
3.11	Koefisien Determinasi.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Temuan Penelitian .....	43
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden .....	58
4.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	65
4.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Tamu .....	66
4.1.5	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Tamu .....	68
4.1.6	Analisis Data (Uji Persyaratan/Uji Asumsi Klasik).....	69
4.1.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu .....	74
4.1.8	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu dan Pengaruh Kepuasan Tamu terhadap Loyalitas Tamu.....	77
4.1.9	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Melalui Kepuasan Tamu.....	81
4.1.10	Perhitungan Koefisiensi Determinasi (KD) Langsung dan Tidak Langsung Pada Struktur Analisis Jalur.....	84
4.2	Pembahasan .....	85
4.2.1	Pembahasan Hasil Penelitian Deskriptif.....	85
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu.....	87
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu terhadap Loyalitas Tamu.....	87
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu dan Dampaknya terhadap Loyalitas Tamu.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		89
5.1	Kesimpulan.....	89

5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN.....		94
	Lampiran 1 SK Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi .....	94
	Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	95
	Lampiran 3 Pedoman Kuesioner Penelitian.....	96
	Lampiran 4 Tabulasi Data Kualitas Pelayanan .....	99
	Lampiran 5 Hasil Uji .....	101
	Lampiran 6 Catatan Bimbingan.....	105
	Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	109

### DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Jumlah Tamu Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar.....	7
Tabel 1. 2	Data Jumlah Member Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar.....	9
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu.....	17
Tabel 3. 1	Data Jumlah Tamu InterContinental Bandung Dago Pakar .....	23
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	26
Tabel 3. 3	Operasional Variabel Kepuasan Tamu (Y1) .....	27
Tabel 3. 4	Operasional Variabel Loyalitas Tamu (Y2).....	28
Tabel 3. 5	Tabel Koefisien Korelasi Nilai r.....	31
Tabel 3. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	32
Tabel 3. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Tamu .....	33
Tabel 3. 8	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Tamu .....	34
Tabel 3. 9	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 3. 10	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi .....	38
Tabel 4. 1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4. 2	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Tamu.....	67
Tabel 4. 3	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Tamu.....	68
Tabel 4. 4	Hasil Uji Normalitas .....	70



Tabel 4. 5	Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 4. 6	Hasil Uji Multikolinieritas Sub Struktur 1 .....	73
Tabel 4. 7	Hasil Uji Multikolinieritas Sub Struktur 2 .....	73
Tabel 4. 8	Koefisien Jalur X terhadap Y1 .....	74
Tabel 4. 9	Koefisien Determinasi X terhadap Y1 .....	76
Tabel 4. 10	Koefisien Jalur X terhadap Y2 dan Y1 terhadap Y2 .....	77
Tabel 4. 11	Hasil Uji Hipotesis (Uji F) X terhadap Y1 dan Y2.....	79
Tabel 4. 12	Koefisiensi Determinasi X dan Y1 Terhadap Y2.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3. 1	Variabel Penelitian.....	24
Gambar 3. 2	Model Analisis Jalur .....	39
Gambar 4. 1	Classic Room .....	44
Gambar 4. 2	Premium Room.....	44
Gambar 4. 3	Premium with Golf View .....	45
Gambar 4. 4	Club Panorama Room .....	46
Gambar 4. 5	Club InterContinental Room .....	46
Gambar 4. 6	Kembang Villa.....	47
Gambar 4. 7	Keraton Suite .....	48
Gambar 4. 8	Presidential Suite .....	49
Gambar 4. 9	Damai Restaurant.....	50
Gambar 4. 10	Tian Jing Lou.....	50
Gambar 4. 11	Lobby Lounge.....	51
Gambar 4. 12	Executive Club Lounge.....	52
Gambar 4. 13	Ballrooms .....	53
Gambar 4. 14	Meetingrooms .....	53
Gambar 4. 15	Wedding Hall.....	53
Gambar 4. 16	Concierge & Business Center.....	54
Gambar 4. 17	Swimming Pool .....	55
Gambar 4. 18	Fitness Center .....	56
Gambar 4. 19	Spa.....	56

Gambar 4. 20 Kids Club.....	57
Gambar 4. 21 Deli 8 Cake and Pastry Shope .....	58
Gambar 4. 22 Garis Kontinum Rekapitulasi Kualitas Pelayanan.....	66
Gambar 4. 23 Garis Kontinum Rekapitulasi Kepuasan Tamu .....	67
Gambar 4. 24 Garis Kontinum Rekapitulasi Loyalitas Tamu .....	69
Gambar 4. 25 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot Sub Struktur 1 .....	72
Gambar 4. 26 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot Sub Sturktur 2 .....	72
Gambar 4. 27 Model Analisis Jalur .....	82
Gambar 4. 28 Struktur Analisis Jalur .....	84

### **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 1. 1 Angka Pertumbuhan Tamu Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar.....	8
Diagram 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Diagram 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Diagram 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	60
Diagram 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	61
Diagram 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Diagram 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menginap di InterContinental Bandung Dago Pakar .....	63
Diagram 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan dengan Siapa Mengunjungi InterContinental Bandung Dago Pakar .....	64

### **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. 1 Ulasan Tamu yang Berkunjung ke InterContinental Bandung Dago Pakar pada Tahun 2019-2021.....	4
--	---

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum.
- Amalia, S., Djamhur, H., & Andriani, K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Administrasi Bisnis*, 50(5).
- Amir, T. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan* (1st ed.). Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Bard, T. (2007). Complainer Characteristics When Exit Is Closed. *International Journal of Service Industry of Management*, 23, No. 1, 25–51.
- Boulding William, Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, A. V. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing*, 30(1), 7–27.
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? *Journal Tourism Management*, 28(4), 1115–1122.
- Dominici, G. and R. G. (2010). Customer Satisfaction in the Hotel Industry: A Case Study from Sicily. *International Journal of Marketing Studies*, 2, No.2.
- Durianto, S. (2011). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (20th ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Giese, J. ., & Cote, J. A. (2000). *Academy of Marketing Science Review*.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Y. Sumiharti, Medya Ratri, & C. W. Kristiaji (eds.)). Erlangga.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Media Utama.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Husein, U. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kaplan, D. P., & Saccuzzo, R. M. (2017). *Psychological Testing: Principles*,

- Applications and Issues* (3rd ed.).
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management: A South Asian Perspective* (15th ed.). Pearson India.
- Kuntari, B. D., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). *PELANGGAN ( Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang )*. 36(1), 196–202.
- Kusuma, W. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*. 17(1).
- Kusuma, W., & Dwitagama, D. (2012). *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Nasution, N. M. (2010). *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management*. Ghalia Indonesia.
- Nursanti, A. (2019). InterContinental Bandung Dago Pakar Menerima Penghargaan ITTA 2019/2020. *Pikiran Rakyat*. <https://www.pikiran-rakyat.com/advertorial/pr-01327012/intercontinental-bandung-dago-pakar-menerima-penghargaan-itta-20192020>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). Communication and Control Processes in The Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 2, 35–48.
- Prayag, G. (2012). Paradise for Who? Segmenting Visitors' Satisfaction with Cognitive Image and Predicting Behavioural Loyalty. *International Journal of Tourism Research*, 1(14).
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Roberts, K., Varkie, S., & Brodie, R. (2003). Measuring The Quality of Relationship in Consumer Services: an Empirical Study. *European Journal of Marketing*, 37(1), 169–196.
- Rozano, B., & Pamungkas, P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Bujet Di Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 2(1), 104. <https://doi.org/10.32659/tsj.v2i1.20>

- Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data)*. UIN MALIKI Press.
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Sawitri, N. P., Yasa, N. N. K., & Jawas, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation Di Ubud. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 7(1), 40–47.
- Seyhmus, B. (2002). *Dimensions of Customer Loyalty: Separating Friends from Well Wishers*. Bumi Aksara.
- Shandy, P. W., Hatane, S., & Ritzky, B. M. R. K. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya dalam Pemasaran* (Sikumbang (ed.); 2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Wilkie, L. W. (1994). *Consumer Behavior* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Winarsih, S. A. (2012). *Manajemen Pelayanan*. 181–182.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 155.
- Wulansari, E. (2007). *Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum*.
- Yilmaz, V., Ari, E., & Gürbüz, H. (2018). Investigating The Relationship Between Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction and Loyalty in Turkish Banking Sector. *International Journal of Bank Marketing*, 36, 423–440.