

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik dan Jawaban Responden

Subjek pada penelitian ini adalah pelanggan Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta yang pernah berkunjung dan menginap minimal 2 kali yang berusia minimal 17 tahun, total responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 120 orang. Penyebaran kuesioner ini dilakukan selama 15 hari berturut-turut dari tanggal 5 Desember sampai tanggal 20 Desember. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, intensitas menginap dan deskripsi jawaban responden. Hasil analisis deskriptif karakteristik responden diuraikan sebagai berikut:

##### 1. Jenis Kelamin Responden.

Berdasarkan jenis kelamin, responden terbagi menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil frekuensi serta persentase responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	59	49,2
Perempuan	<b>61</b>	<b>50,8</b>
Total	120	100

Sumber: Lampiran 2

Dari tabel 4.1 menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji berjenis kelamin laki-laki berjumlah 59 orang (49,2%) dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 61 orang (50,8%). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan.

## 2. Usia Responden.

Berdasarkan usia, responden terbagi menjadi empat kategori. Hasil frekuensi serta persentase responden berdasarkan usia ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-28 Tahun	<b>71</b>	<b>59,2</b>
29-39 Tahun	34	28,3
40-50 Tahun	14	11,7
>50 Tahun	1	0,8
Total	120	100

Sumber: Lampiran 2

Dari tabel 4.2 menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji yang berusia antara 17-28 tahun berjumlah 71 orang (59,2%), lalu yang berusia antara 29-39 tahun berjumlah 34 orang (28,3%), yang berusia antara 40-50 tahun berjumlah 14 orang (11,7%), dan yang berusia diatas 50 tahun berjumlah 1 orang (0,8%). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 17-28 tahun dengan persentase 59,2%.

## 2. Pekerjaan Responden.

Berdasarkan pekerjaan, responden terbagi menjadi enam kategori. Hasil frekuensi serta persentase responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Negeri Sipil	12	10
Karyawan BUMN/BUMD	18	15
Karyawan Swasta	13	10,8
Wiraswasta	<b>38</b>	<b>31,7</b>
Mahasiswa	28	23,3
Lainnya	11	9,2
Total	120	100

Sumber: Lampiran 2

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji yang memiliki pekerjaan Pegawai Negeri Sipil berjumlah 12 orang (10%), karyawan BUMN/BUMD berjumlah 18 orang (15%), karyawan swasta berjumlah 13 orang (10,8%), wiraswasta berjumlah 38 orang (31,7%), mahasiswa berjumlah 28 orang (23,3%), dan kategori lainnya berjumlah 11 orang (9,2 %). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah kategori Wiraswasta yaitu dengan jumlah 38 orang dengan persentase 31,7%.

### 3. Intensitas Mengingat Responden.

Berdasarkan intensitas mengingat, responden terbagi menjadi empat kategori. Hasil frekuensi serta persentase responden berdasarkan intensitas mengingat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Mengingat

Intensitas	Frekuensi	Persentase (%)
2 kali	<b>61</b>	<b>50,8</b>
3 kali	38	31,7
4 kali	15	12,5
>4 kali	6	5
Total	120	100

Sumber: Lampiran 2

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden yang pernah berkunjung dan mengingat di Pop Hotel A.M. Sangaji yang mengingat 2 kali berjumlah 61 orang (50,8%), lalu yang mengingat 3 kali berjumlah 38 orang (31,7%), kemudian yang mengingat 4 kali berjumlah 15 orang (12,5%), dan yang mengingat lebih dari 4 kali berjumlah 6 orang (5%). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang mengingat 2 kali dengan jumlah 61 orang dengan persentase 50,8%.

### 5. Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan hasil penelitian sampel yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa jawaban responden dari seluruh item pernyataan yang diajukan meliputi item pernyataan Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Item-Item Pernyataan

Variabel	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban (%)					Total (%)
		STS	TS	N	S	SS	
Kualitas Layanan	Staf Pop Hotel melayani permintaan dan keluhan saya dengan handal.	0	0,8	27,5	<b>54,2</b>	17,5	100
	Staf Pop Hotel cepat dalam melayani permintaan dan keluhan saya.	0	0	33,3	<b>47,5</b>	19,2	100
	Staf Pop Hotel memberikan jaminan keamanan selama saya menginap.	0	1,7	27,5	<b>53,3</b>	17,5	100
	Staf Pop Hotel menawarkan bantuan ketika saya mengalami kesulitan.	0	1,7	30,8	<b>45,8</b>	21,7	100
	Saya merasa tampilan fasilitas fisik Pop Hotel menarik.	0,8	9,2	38,3	<b>39,2</b>	12,5	100
Kepuasan Pelanggan	Pop Hotel memberikan pelayanan sesuai dengan yang saya harapkan.	0	0,8	30,8	<b>45,8</b>	22,5	100
	Saya merasa puas dalam menggunakan jasa Pop Hotel.	0	5,8	<b>37,5</b>	34,2	22,5	100
	Saya merasa puas terhadap fasilitas yang diberikan oleh Pop Hotel.	0	0,8	28,3	<b>45,8</b>	25,0	100
Loyalitas Pelanggan	Saya selalu menggunakan jasa Pop Hotel ketika sedang ada kepentingan atau berlibur di Yogyakarta.	0	5,0	<b>45,0</b>	35,0	15,0	100
	Saya memesan kamar di Pop Hotel sekaligus dengan layanan <i>breakfast</i> dengan menu pilihan saya.	0	4,2	40,0	<b>40,8</b>	15,0	100
	Saya merekomendasikan pengalaman mengenai jasa Pop Hotel kepada rekan saya.	0	0	33,3	<b>50,0</b>	16,7	100
	Saya tidak tertarik untuk menggunakan jasa hotel selain Pop Hotel yang ditawarkan kepada saya	0	8,3	31,7	<b>50,8</b>	9,2	100

Sumber: Lampiran 2

Dari hasil tabel 4.5 dapat dilihat bahwa jawaban responden atas item-item yang diajukan dalam penelitian menunjukkan jawaban setuju, untuk variabel Kualitas Layanan pernyataan tentang ketepatan pelayanan mencapai 54,2%, untuk kecepatan pelayanan yang menjawab setuju mencapai 47,5%, untuk jaminan keamanan persentase jawaban setuju mencapai 53,3%, untuk item pernyataan empati staf kepada pelanggan jawaban setuju responden mencapai 45,8%, dan untuk tampilan fisik jawaban setuju responden mencapai 39,2%. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan item pernyataan tentang kesesuaian layanan dengan harapan jawaban setuju mencapai 45,8%, untuk kepuasan dalam menggunakan jasa jawaban responden yang setuju mencapai 34,2%, untuk kesesuaian fasilitas dengan harapan jawaban setuju mencapai 45,8%. Untuk variabel Loyalitas Pelanggan item pernyataan tentang pembelian ulang jawaban responden yang setuju mencapai 35,0%, pembelian produk lain pada badan usaha yang sama jawaban setuju mencapai 40,8%, merekomendasikan pada orang lain jawaban setuju responden mencapai 50,0%, menolak produk atau jasa lain jawaban setuju mencapai 50,8%.

## **B. Uji Kualitas Instrumen**

### **1. *Pretest* Uji Validitas.**

Hal yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa semua item pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah dengan cara melakukan *pretest* uji validitas terlebih dahulu sebanyak 35 responden.

Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan total skor apabila titik signifikansinya adalah *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0.05 berarti valid, dan jika lebih dari 0,05 maka tidak valid (Ghozali, 2011). Berikut ini adalah hasil dari *pretest* uji validitas:

Tabel 4.6  
Hasil *Pretest* Uji Validitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan	X.1	0,818	0,000	Valid
	X.2	0,572	0,000	Valid
	X.3	0,822	0,000	Valid
	X.4	0,798	0,000	Valid
	X.5	0,903	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	Z.1	0,873	0,000	Valid
	Z.2	0,808	0,000	Valid
	Z.3	0,820	0,000	Valid
Loyalitas pelanggan	Y.1	0,875	0,000	Valid
	Y.2	0,811	0,000	Valid
	Y.3	0,801	0,000	Valid
	Y.4	0,760	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas seluruh pernyataan mengenai Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan yang diajukan kepada 35 responden yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak untuk mengukur data penelitian.

## 2. *Pretest* Uji Reliabilitas.

Hal yang dilakukan setelah menunjukkan bahwa semua item pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian, selanjutnya adalah melakukan *pretest* uji reliabilitas sebanyak 35 responden. Pernyataan dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Berikut ini adalah hasil dari *pretest* uji reliabilitas:

Tabel 4.7  
Hasil *Pretest* Uji Reliabilitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,844	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,767	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,827	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Dari tabel 4.7 menunjukkan hasil uji reliabilitas dari 35 responden dengan nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,844, Kepuasan Pelanggan sebesar 0,767, dan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,827, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan.

Setelah melakukan *pretest* uji validitas dan uji reliabilitas yang berjumlah 35 responden ditemukan hasil bahwa semua item pernyataan valid dan reliabel, dengan demikian dapat dilanjutkan melakukan pengumpulan data formal yang berjumlah 120 responden.

### 3. Uji Validitas.

Hal yang dilakukan setelah melakukan *pretest* uji validitas adalah kembali melakukan uji validitas berdasarkan data formal yang mana jumlahnya sebanyak 120 responden untuk memastikan bahwa semua item pernyataan tetap memiliki hasil yang valid. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan	X.1	0,732	0,000	Valid
	X.2	0,724	0,000	Valid
	X.3	0,625	0,000	Valid
	X.4	0,777	0,000	Valid
	X.5	0,833	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	Z.1	0,827	0,000	Valid
	Z.2	0,804	0,000	Valid
	Z.3	0,813	0,000	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y.1	0,791	0,000	Valid
	Y.2	0,763	0,000	Valid
	Y.3	0,751	0,000	Valid
	Y.4	0,698	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel 4.8 menunjukkan hasil uji validitas seluruh item pernyataan mengenai Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan yang diajukan kepada 120 responden yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M Sangaji adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai untuk mengukur data penelitian.

#### 4. Uji Reliabilitas.

Hal yang dilakukan setelah melakukan *pretest* uji reliabilitas adalah kembali melakukan uji reliabilitas berdasarkan data formal yang mana jumlahnya sebanyak 120 responden untuk memastikan bahwa semua item pernyataan tetap memiliki hasil yang reliabel. Pernyataan dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4.9  
Hasil Uji Reliabilitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,793	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,742	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,741	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Dari tabel 4.9 menunjukkan hasil uji reliabilitas dari 120 responden dengan nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,793, Kepuasan Pelanggan sebesar 0,742, dan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,741, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan.

### C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

#### 1. Hasil Uji t Pengaruh Langsung.

##### a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi linier sederhana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.10  
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (H1)

Variabel	R <sup>2</sup>	B	Std. Error	Beta	t <sub>hitung</sub>	Sig
(Constant)		2,224	0,879		2,529	0,013
Kualitas Layanan	0,495	0,492	0,046	0,704	10,757	0,000

Sumber: Lampiran 5

#### 1. Uji t (Uji Parsial)

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 10,757 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka pernyataan hipotesis (H1) “Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta” diterima.

#### 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,495, dapat disimpulkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan sebesar 49,5%, dan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis regresi linier sederhana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11  
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan (H2)

Variabel	R <sup>2</sup>	B	Std. Error	Beta	t <sub>hitung</sub>	Sig
(Constant)		3,835	1,053		3,641	0,000
Kualitas Layanan	0,480	0,572	0,055	0,693	10,432	0,000

Sumber: Lampiran 5

1. Uji t (Uji Parsial)

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 10,432 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka pernyataan hipotesis (H2) “Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta” diterima.

2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,480, dapat disimpulkan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan sebesar 48%, dan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lain.

a. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis regresi linier sederhana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12  
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (H3)

Variabel	R <sup>2</sup>	B	Std. Error	Beta	t <sub>hitung</sub>	Sig
(Constant)		5,735	0,962		5,959	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,431	0,775	0,082	0,656	9,452	0,000

Sumber: Lampiran 5

1. Uji t (Uji Parsial)

Hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 9,452 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka pernyataan hipotesis (H3) “Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta” diterima.

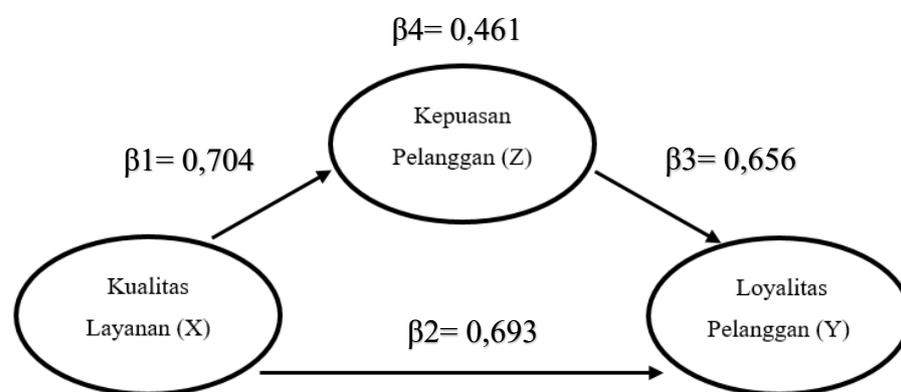
2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,431, dapat disimpulkan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sebesar 43,1%, dan sisanya sebesar 56,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

## 2. Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*) dan Uji Sobel.

- a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Tahap pada teknik analisis jalur yaitu meringkas dan menyimpulkan. Hasil analisis jalur pada hipotesis penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.1  
Hasil Analisis Jalur

Hasil dari analisis jalur atau analisis path menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,693. Sementara itu dapat berpengaruh secara tidak langsung dari Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan cara perkalian koefisien regresi yaitu  $0,704 \times 0,656 = 0,461824$

Kemudian, dilakukan pengujian menggunakan uji sobel yang dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Keterangan:

sab = besar standar eror pengaruh tidak langsung

$$a = 0,704 \qquad sa = 0,046$$

$$b = 0,656 \qquad sb = 0,082$$

$$\begin{aligned} sab &= \sqrt{(0,656)^2 \cdot (0,046)^2 + (0,704)^2 \cdot (0,082)^2 + (0,046)^2 \cdot (0,082)^2} \\ &= \sqrt{0,000910590976 + 0,003332521984 + 0,000014227984} \\ &= \sqrt{0,004257340944} \\ &= 0,06524830223 \end{aligned}$$

Kemudian dihitung hasil nilai t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Keterangan:

t = t hitung

$$ab = 0,461824 \text{ (perkalian koefisien beta regresi } 0,704 \times 0,656)$$

$$sab = 0,06524830223$$

Sehingga:

$$\begin{aligned} t &= \frac{0,461824}{0,06524830223} \\ &= 7,077946616 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai  $t$  hitung yang dihasilkan adalah 7,07 yang mana hasil tersebut lebih besar dari  $t$  tabel sebesar  $> (1,97)$  artinya *intervening* Kepuasan Pelanggan berperan sebagai pemediasi antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dapat berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, dengan demikian hipotesis (H4) “Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta” diterima.

#### **D. Pembahasan**

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H1 dapat diterima karena adanya pengaruh antara hubungan kedua variabel kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Thakur (2012), Hilmawan dan Suryani (2014), Suryadharma dan

Nurchaya (2015) yang menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya agar kepuasan pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan dengan melakukan *training* staf secara rutin agar dapat selalu melayani pelanggan dengan handal,cepat, dan berempati lebih pada pelanggan. Pembaruan fasilitas secara berkala juga diperlukan agar dapat mengikuti perkembangan, sehingga dapat terus bersaing dengan jasa hotel lain.

## 2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima karena adanya pengaruh antara hubungan kedua variabel kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jimanto dan Kunto (2014), Aditya dan Kusumadewi (2017), Novandy dan Rastini (2018) yang menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Selain peningkatan kualitas layanan, untuk mempertahankan pelanggan yang loyal dapat dilakukan dengan memberikan kartu member dengan *privilege* sehingga pelanggan akan merasa istimewa dibanding dengan pelanggan biasa.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H3 dapat diterima karena adanya pengaruh antara hubungan kedua variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siddiqi (2011), Shanka (2012), Irnandha dan Utama (2016) yang menunjukkan hasil kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat

lebih baik lagi. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik.

4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H4 dapat diterima karena adanya pengaruh antara hubungan variabel kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Suasana (2017) , Aditya dan Kusumadewi (2017), Novandy dan Rastini (2018) yang menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya agar kepuasan pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Dengan pelanggan yang puas maka akan terbentuk loyalitas pada diri pelanggan, sehingga pelanggan akan bertahan untuk selalu menggunakan jasa Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.