

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Hotel Hanoman Indah Semarang)

MUHAMAD ABDULLAH ADIB

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : dyb.iena@gmail.com

ABSTRAK

Dunia pariwisata Indonesia pada masa-masa sulit seperti sekarang ini khususnya pasca krisis 1998 diikuti berbagai peristiwa dunia dan nasional khususnya pasca tragedi bom Bali dan di hotel Marriot Jakarta, masih menyisakan harapan akan kebangkitan kegiatan berwisata lintas negara. Hal ini didasarkan pada teori bahwa kegiatan berwisata yang dijiwai oleh kebutuhan manusia untuk melakukan perjalanan baik untuk keperluan bisnis, studi acara keluarga atau sekedar rekreasi, merupakan aktifitas manusia yang eksistensinya tidak dapat dihilangkan begitu saja

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Hanoman Indah Semarang . Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh pelanggan Hotel Hanoman Indah Semarang . Sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 96 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kepercayaan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kepuasan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

Kata Kunci :

The Influence of Service, Confidence and Satisfaction Quality on the Customers` Loyalty (A Study at Hotel Hanoman Indah Semarang)

MUHAMAD ABDULLAH ADIB

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : dyb.iena@gmail.com

ABSTRACT

Indonesian tourism in tough times like now, especially after the crisis of 1998 followed the national and world events, especially after the Bali bombings and the Marriott hotel in Jakarta, still leaves hope for the resurrection of traveling cross-country events. It is based on the theory that the activities are inspired by traveling man needs to travel either for business, study or just a recreational family events, is a human activity whose existence can not be eliminated simply

This study aims to find out for service quality, trust and satisfaction together on customer loyalty in Semarang Indah Hotel Hanuman. As for who made ??the entire customer population is Semarang Indah Hotel Hanuman. Samples taken in the study obtained at 96.04 and then rounded up to 96 people. Analysis tool used is multiple linear regression.

There results showed that a significant positive effect between service quality on customer loyalty, which means that if the quality of service increases, will increase customer loyalty. There is a significant positive effect of customer trust on customer loyalty, increased customer confidence means if it will increase customer loyalty. There is a significant positive effect of customer satisfaction on customer loyalty, increased customer satisfaction means if it will increase customer loyalty.

Key words: quality of service, trust, customer satisfaction and customer loyalty

Keyword :