ABSTRAKSI

Hotel Fatma merupakan hotel yang tergolong sebagai hotel melati. Pemahaman akan kebutuhan tamu hotel mendorong manajemen dan pemilik hotel terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas layanannya. Permasalahan yang muncul adalah tidak terpenuhinya target manajemen dalam memenuhi tingkat hunian kamar yang telah ditetapkan.


Setelah dilakukan pengujian Terdapat pengaruh positif dan signifikan semua Reliability (X₁), Responsiveness (X₂), Tangible (X₃), Assurance (X₄), Empathy (X₅) dan endogen terhadap kepuasan tamu hotel Fatma Jombang. Besarnya pengaruh variabel reliability terhadap kepuasan yaitu sebesar 0,270; responsiveness sebesar 0,458; assurance sebesar 0,136; empathy sebesar 0,128 dan tangible sebesar 0,199. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Reliability (X₁), Responsiveness (X₂), Tangible (X₃), Assurance (X₄) dan Empathy (X₅) endogen terhadap loyalitas tamu hotel Fatma Jombang. Besarnya pengaruh masing variabel reliability terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,116; responsiveness sebesar 0,145; assurance sebesar 0,089; empathy sebesar 0,119 dan tangible sebesar 0,287.