

## ABSTRAK

Bisnis perhotelan saat ini merupakan bisnis jasa yang cukup cerah, terbukti dari perkembangan jumlah tamu hotel yang menunjukkan kecenderungan meningkat. Demikian pula yang terjadi pada Hotel Melati Tiga di Surabaya, juga mengalami peningkatan jumlah tamu yang cukup berarti. Persepsi mereka tentu akan memberikan penilaian atas kualitas layanan yang diberikan hotel. Kualitas layanan yang memiliki beberapa dimensi terbentuk dari faktor-faktor yang perlu diungkap dan pengaruh serta kontribusinya terhadap loyalitas mereka sebagai pelanggan Hotel Melati Tiga.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor yang membentuk dimensi kualitas layanan dan untuk mengetahui pengaruh serta besarnya kontribusi terhadap loyalitas pelanggan Hotel Melati Tiga di Surabaya.

Populasi penelitian ini adalah konsumen tamu hotel sebagai penginap atau penyewa ruang/tempat pada Hotel-hotel Melati Tiga di Surabaya. Jumlah populasi berdasarkan data rata dari bulan Januari 1998 hingga bulan Januari 2000, yaitu 8113 orang dari sampel 15 hotel yang memiliki 811 kamar. Pengambilan sampel sebanyak 220 orang dilakukan dengan teknik *Accidental-scheduled-proportional sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang memiliki reliabilitas sebesar 0.9346, kemudian diolah dengan teknik analisis deskriptif, analisis faktor eksploratorik, dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menemukan sembilan faktor yang membentuk dimensi kualitas layanan Hotel Melati Tiga, yaitu kualitas: 1) Layanan Personal, 2) Kenyamanan Kamar, 3) Kortesi, 4) Kredibilitas Karyawan, 5) Tata Lingkungan Internal, 6) Fleksibilitas, 7) Keasrian, 8) Fasilitas Pendukung, dan 9) Kesepadanan. Diketahui pula bahwa faktor-faktor ini secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan memberi kontribusi sebesar 26.53%. Namun secara parsial hanya empat faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yaitu 1) Kualifikasi Fasilitas Pendukung kontribusinya sebesar 14.66%, 2) Faktor Kualitas Tata Lingkungan kontribusinya sebesar 5.78%, 3) Faktor Kualitas Kesepadanan kontribusinya sebesar 3.39%, dan 4) Faktor Kualitas Kortesi memiliki kontribusi sebesar 1.85%.

Akhirnya penelitian memberikan rekomendasi kepada pihak Manajemen Hotel Melati Tiga, pihak Dinas Pariwisata dan PHRI Surabaya, serta para akademisi untuk dijadikan bahan evaluasi, standar penilaian kualitas Hotel Melati Tiga serta bahan kajian yang memperkaya khasanah ilmu pengetahuan.

## ABSTRACT

Nowadays, hotel and resort business becomes a business that has a bright future. It is proved by the increasing number of hotel customer. This is also happening to Hotel Melati Tiga; the number of their customer is also highly increasing. Customer's perceptions are sure to give a judgment of hotel's service quality. Service quality which have some certain dimensions are formed from some factors which are need to be exposed and their influence and contribution to customer's loyalty.

This research is meant to find out the factors that form the dimension of service quality and to know the influence and contribution to Hotel Melati Tiga customer's loyalty.

The population in this research is the guests of hotel as the one who rent a or some place(s) in Hotel Melati Tiga. According the average data collected from January 1998 until January 2000, the number of the population is 8113 people from 15 hotels of 811 rooms. From this number, 220 people were taken for samples by using *Accidental-scheduled-proportional sampling* technique. Data are collected by using questioner whose reliability is 0.93946; afterwards the data are processed using descriptive analysis, factor eksploratoric analysis, and double regression analysis.

As the outcome of this research, 9 factors that form the dimensions of service quality in Hotel Melati Tiga are found. They are the quality of: 1) Personal Services, 2) Room Convenience, 3) Courtesy, 4) Employee Credibility, 5) Internal Decoration, 6) Flexibility, 7) Beauty, 8) Supporting Facility, and 9) Equality. It is also known that these factors simullaneously affected the customer's loyalty significantly and give contribution as much as 26.53%. However, partially only 4 factors affected customer's loyalty very significantly; They are 1) Qualification of Supporting Facility which contributes 14.66%, 2) Quality of Decoration which contributes 5.78%, 3) Quality of Equality which contributes 3.39%, and 4) Quality of Courtesy which contributes 1.85%.

Finally, this research will give recommendations to Hotel Melati Tiga management, tourism department, and PHRI Surabaya and also to scholars as something to be evaluated, the standard of Hotel Melati Tiga quality judgment and also as a further reading to enrich the science itself.