

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.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *empathy* terhadap kepuasan tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap loyalitas tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap loyalitas tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap loyalitas tamu Hotel Fatma Jombang, untuk mengetahui pengaruh *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu Hotel Fatma Jombang dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan tamu Hotel Fatma Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu hotel Fatma Jombang selama periode penelitian yaitu triwulan pertama tahun 2005. Jumlah sampel yang diambil sebesar 10 kali jumlah dimensi. Jumlah dimensi variabel laten sebesar 16, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, dimana pemilihan sampel dilakukan dengan cara tidak sengaja dan acak.

Setelah dilakukan pengujian Terdapat pengaruh positif dan signifikan semua *Reliability* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Tangible* (X_3), *Assurance* (X_4), *Empathy* (X_5) 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* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Tangible* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Empathy* (X_5) 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.