

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, KOMITMEN, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL DUTA PALEMBANG

Jenika Pasya Terinda¹, Retno Budi Lestari²
Universitas Multi Data Palembang^{1,2,3}
[jenikapasya@mhs.mdp.ac.id¹](mailto:jenikapasya@mhs.mdp.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Duta Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik non-probability sampling. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek, dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai Adjusted R Square sebesar 65,8% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Hotel Duta Palembang disarankan untuk meningkatkan sistem keluhan berbasis teknologi, memperkuat citra merek dengan pengalaman unik, serta mempertahankan komitmen terhadap pelanggan. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi selanjutnya dalam mengembangkan strategi peningkatan loyalitas pelanggan di industri perhotelan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, brand image, and commitment on customer loyalty at Hotel Duta Palembang. The research employs a descriptive quantitative approach with a non-probability sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression tests. The results indicate that service quality, brand image, and commitment have a positive and significant impact on customer loyalty, both partially and simultaneously. The Adjusted R Square value of 65.8% shows that these three variables contribute significantly to customer loyalty. Hotel Duta Palembang is advised to enhance its technology-based complaint system, strengthen its brand image through unique experiences, and maintain a strong commitment to customers. This research can serve as a reference for future studies in developing strategies to improve customer loyalty in the hospitality industry.

Keyword: Service Quality, Brand Image, Commitment, and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia saat ini tengah mengalami perkembangan yang sangat cepat dan signifikan yang menyebabkan Industri perhotelan juga mengalami peningkatan. Adanya peningkatan industri perhotelan menyebabkan persaingan yang semakin ketat sehingga menuntut hotel untuk meningkatkan kualitas pelayanan, membangun citra merek yang kuat, serta menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap para pelanggan. Menurut Rumekso dalam (Purnomo et al., 2020), hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan. Dikelola dengan management yang profesional agar terus dapat bersaing dengan para pesaing untuk mendapatkan keuntungan. Hotel Duta Palembang adalah salah satu Hotel Bintang Tiga yang ada di Kota Palembang. Hotel ini resmi beroperasi pada tanggal 29 Juli 2007, didirikan oleh Bapak Kemas Haji Muhammad Soleh. Hotel Duta Palembang menawarkan pengalaman menginap yang mengutamakan kenyamanan, kebersihan, dan keamanan bagi setiap tamunya

dengan memiliki 141 kamar. Lokasi strategis yang dimiliki oleh Hotel Duta Palembang memberikan akses mudah ke berbagai destinasi populer di kota ini, menjadikannya pilihan ideal bagi wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis.

Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan, maka pelayanan seperti keandalan, ketanggapan, simpati, serta empati perlu terus di tingkatkan. Menurut Fauzi dalam (Dr. Teddy Chandra, 2020) Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Hotel Duta Palembang selalu memberikan pelayanan terbaik mereka dalam memecahkan permasalahan dan keluhan pelanggan dengan baik dan cepat. Selain itu, untuk mewujudkan loyalitas pelanggan perlu adanya citra merek. Menurut Aaker dalam (Syarifudin, 2019) menyatakan bahwa citra merek merupakan kumpulan asosiasi yang diorganisir menjadi suatu yang berarti. Citra merek yang baik akan membuat pelanggan mudah mengenali nama serta logo yang diberikan oleh perusahaan. Nama "Duta Palembang" mudah diingat dan mencerminkan identitas lokal. Selain itu, kamar hotel yang disediakan oleh Hotel Duta Palembang sangat nyaman untuk dijadikan tempat menginap. Dengan adanya kenyamanan yang dirasakan oleh tamu Hotel Duta Palembang dapat membantu membuat Hotel Duta Palembang memiliki citra yang baik bagi para tamu hotel serta dapat membuat para tamu hotel melakukan penginapan secara berulang akibat dari citra merek yang baik.

Sementara, menurut Afendi & Ghofu dalam (Susriyanti et al., 2020) komitmen merupakan upaya yang menjadi unsur bagi kedua belah pihak untuk menjaga hubungan agar lebih bermakna. Komitmen yang dilakukan oleh Hotel Duta Palembang adalah dengan selalu memberikan pelayanan terbaik agar para pelanggan selalu memilih Hotel Duta Palembang ketika akan menginap. Berdasarkan penelitian yang dilakan oleh (Aprileny et al., 2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta" yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Yuliasti & Cyasmoro, 2023) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Hotel Horison Ultima Bekasi" yang menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Horison.

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi & Hamdani dalam (Indrasari, 2019) adalah: Berwujud, Keandala, Ketanggapan, Jaminan dan kepastian,Empati. Citra merek (brand image) menurut Keller dalam (Syarifudin, 2019) adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. Indikator Citra Merek menurut Menurut Keller dalam (Syarifudin, 2019) indikator citra merek adalah sebagai berikut: *Brand Strength, Brand favorable, Brand Uniqueness*. Komitmen menurut Rismi dalam (Susriyanti et al., 2020, p.37) adalah sesuatu yang akan mendorong munculnya keinginan untuk menjalin hubungan hubungan yang dianggap penting dimana keinginan itu sangat kuat atau tinggi dan memiliki nilai bagi pelanggan. Indikator Komitmen menurut Gustafsson et al, dalam (Warsito, 2021).

Indikator komitmen adalah sebagai berikut: Senang menjadi pelanggan perusahaan, Operator melakukan perawatan terbaik pelanggan, Adanya timbal balik dengan perusahaan,

Memiliki kepercayaan terhadap perusahaan. Menurut (Siswati et al., 2024) Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dengan konsistensi yang tinggi. Adapun indikator loyalitas pelanggan menurut (Syarifudin et al, 2019) sebagai berikut: Pelanggan mengatakan hal positif, Memberikan rekomendasi kepada pihak lain, Melakukan pembelian ulang, Tidak melakukan peralihan ditempat lain, Pilihan pertama dalam melakukan pembelian, Mempercayai jasa yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif ini mengandalkan alat ukur untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi yang diperoleh, serta menguji hipotesis pada populasi atau sampel tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana faktor kualitas pelayanan, citra merek, dan komitmen mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Hotel Duta Palembang. Objek penelitian adalah Hotel Duta Palembang yang terkait dengan kualitas pelayanan, citra merek, komitmen terhadap loyalitas pelanggan hotel oleh pelanggan. Subjek penelitian adalah para tamu yang telah melakukan penginapan di Hotel Duta Palembang. Sampel dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik non probability sampling, dengan memilih tamu yang menginap di Hotel Duta Palembang lebih dari dua kali sebagai populasi. Teknik ini digunakan untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti tamu yang menginap di hotel tersebut, dengan menggunakan rumus Roscoe. Data primer yang diperoleh terdiri dari wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada tamu yang menginap di Hotel Duta Palembang. Sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan variabel yang diteliti.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.
R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.814 ^a	.663	.658	1.958

Dari tabel 1. Diperoleh nilai *Adjusted R square* adalah 0,658 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2), dan Komitmen (X3) memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu sebesar 65,8%. Sedangkan sisanya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti peneliti.

Tabel 2.
Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.887	1.164		1.621	.107
Kualitas Pelayanan	.225	.059	.212	3.834	.000
Citra Merek	.726	.097	.375	7.477	.000
Komitmen	.543	.077	.378	7.048	.000

Berdasarkan hasil pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi ketiga variabel yang semuanya sebesar 0,00 ($< 0,05$) serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (1,971). Variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 3,834, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, variabel citra merek dengan t hitung sebesar 7,477 juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Begitu pula dengan variabel komitmen yang memiliki t hitung sebesar 7,048, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan, citra merek, dan komitmen perusahaan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan yang terbentuk.

Tabel 3.
Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1554.068	3	518.023	135.103	.000
Residual	789.860	206	3.834		
Total	2343.929	209			

Dari Tabel 3. Diperoleh F hitung sebesar 135,103 dengan 0.000 nilai signifikan yang artinya variabel kualitas pelayanan, citra merek, dan komitmen dapat dikatakan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Parsial

Penelitian ini menghasilkan t_{hitung} sebesar 3.834 lebih besar daripada 1,971 nilai t_{tabel} dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Duta Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aprileny et al., 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta” yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Parsial

Penelitian ini menghasilkan t_{hitung} sebesar 7,477 lebih besar daripada 1,971 nilai t_{tabel} dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Duta Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yuliasti & Cyasmoro, 2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Hotel Horison Ultima Bekasi” yang menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Parsial

Penelitian ini menghasilkan t_{hitung} sebesar 7,048 lebih besar daripada 1,971 nilai t_{tabel} dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel komitmen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Duta Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wiranata & Hersin, 2021) dengan judul “Pengaruh Kepuasan dan Komitmen terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Bintang 5 Surabaya Pada Era New Normal” yang menjelaskan bahwa komitmen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Simultan

Hasil uji F diperoleh signifikansi sebesar $0,000 < (\alpha) 0,05$ yang artinya ada pengaruh positif signifikan secara simultan pada kualitas pelayanan, citra merek, dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Duta Palembang, *Adjusted R square* adalah 0,658 yang berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2), dan Komitmen (X3) memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu sebesar 65,8%. Sedangkan sisanya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti peneliti.

SIMPULAN

Bahwa variabel independen (Kualitas pelayanan, Citra Merek, dan Komitmen) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) pada Hotel Duta Palembang. Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial Uji f (Simultan) menghasilkan kesimpulan bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Komitmen) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) pada Hotel Duta Palembang..

DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (M. Indrasari (ed.)). [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/pemasaran dan kepuasan pelanggan.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/pemasaran%20dan%20kepuasan%20pelanggan.pdf)
- Lawrence Wiranata, S., & Heng Sen Septianus Hersin. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Komitmen Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel Bintang 5 Surabaya Pada Era New Normal. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(2), 1–11.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). Kepuasan Konsumen.pdf. In *Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*.
- Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In *Cv.Eureka Media Aksara*.
- Susriyanti, Limakrisna, N., & Lusiana. (2020). Membangun Loyalitas Berdasarkan Kualitas Jasa Model Brady Cronin, E-Sq, E-Crm, Dan Komitmen Nasabah Perbankan. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Syarifudin. (2019). *Citra Merek dan dampaknya pada Loyalitas Pelanggan*. UNIMAL PRESS. [https://repository.unimal.ac.id/4892/1/%5BSyarifudin%5D Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan 2019.pdf](https://repository.unimal.ac.id/4892/1/%5BSyarifudin%5D%20Citra%20Merek%20Dan%20Dampaknya%20Pada%20Loyalitas%20Pelanggan%202019.pdf)
- Yuliasti, N., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Hotel Horison Ultima Bekasi. *ECo-Buss*, 6(1), 238–252. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.775>