

## **PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL SAFARI LABUHANBATU UTARA**

**Bati**

Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan  
Jln. Jend. Ahmad Yani, (0623) 42643/fax. 0623-43599  
e-mail: bati.setia@gmail.com

### **ABSTRAK**

“Pemasaran relasional dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara”. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis statistik. Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh pemasaran relasional dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Safari Labuhanbatu Utara. Hasil koefisien determinan ( $R^2$ ) adalah 0,674 memiliki makna bahwa variabel Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang erat terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Hotel Safari Labuhanbatu Utara. *Adjusted R Square* sebesar 0,440 berarti nilai 44% peningkatan Loyalitas Pelanggan (Y) pada Hotel Safari Labuhanbatu Utara dapat dijelaskan oleh Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 66% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Pemasaran Relasional, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

### **ABSTRACT**

*Relational marketing and service quality towards customer loyalty of the Hotel Safari Labuhanbatu Utara ". The analytical method used is descriptive analysis method and statistical analysis method. Data collection techniques are interviews, questionnaires and study documentation. The formulation of the problem in this research is to find out and analyze whether there is an influence of relational marketing and service quality on customer loyalty at the Labuhanbatu Utara Safari Hotel. The result of the determinant coefficient ( $R^2$ ) is 0.674 which means that the Relational Marketing and Service Quality variables have a close relationship with Customer Loyalty (Y) at the Labuhanbatu Utara Safari Hotel. Adjusted R Square of 0.440 means the value of 44% increase in Customer Loyalty (Y) at the Labuhanbatu Utara Safari Hotel can be explained by Relational Marketing and Service Quality, while the remaining 66% can be explained by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Relational Marketing, Service Quality, and Loyalty Customer.*

## 1. PENDAHULUAN

Hotel Safari adalah hotel yang awalnya hanya memiliki satu lantai, namun memiliki jumlah ruang kamar yang cukup banyak yaitu 40 kamar yang diresmikan pada tahun 2008.

Oleh karena semakin meningkatnya jumlah hunian, maka oleh pemilik Ibu Syafiani pada tahun 2009 menambah bangunan hotel dan dilengkapi dengan sarana hiburan berupa kafe dan ruang karaoke keluarga.

Seiring dengan perkembangan dan bertambahnya minat para pengunjung maka pada tahun 2010 diadakan renovasi gedung menjadi dua lantai sehingga jumlah kamar menjadi 100 kamar.

Adapun fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Safari antara lain : room service, coffee shop, meeting room, business centre, laundry and dry cleaning service, dan complementary wifi internet.

Perusahaan yang bertahan adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkesinambungan. Loyalitas pelanggan merupakan tujuan jangka panjang bagi perencanaan pasar strategis. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang terhadap produk/jasa perusahaan dan merekomendasikan hal-hal positif tentang perusahaan kepada pelanggan lainnya.

Hotel merupakan bagian yang integral dari usaha bisnis dan pariwisata juga sebagai sarana pendukung bagi pemerintahan setempat yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas antara lain kamar tidur (kamar tamu), makanan dan minuman, serta pelayanan-pelayanan penunjang seperti tempat-tempat rekreasi, fasilitas meeting room, olahraga dan fasilitas laundry. Hotel Safari merupakan hotel berbintang dua yang bergerak di bidang industri jasa perhotelan. Hotel Safari beralamat di Jl. Koptu M.Lubis No.15 Aek Kanopan. Hotel Safari merupakan hotel bintang dua.

## II. METODE PENELITIAN

### 1. Tempat dan Waktu Penelitian

Sesuai judul proposal ini, maka yang menjadi lokasi penelitian adalah Hotel Safari yang terletak di Jalan Koptu M. Lubis No.15 Aek Kanopan-Labura. Alasan penulis melakukan penelitian di Hotel Safari karena belum ada penelitian dengan judul yang sama di hotel ini. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei s/d Juni 2019.

### 2. Populasi dan Sampel

#### 2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2008:115). "Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung Safari Hotel berjumlah rata-rata 450 orang yang datang setiap bulan."

#### 2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono,2008:116). Penentuan sampel menggunakan Rumus Slovin (Umar,2004:78) yaitu

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan, 10%

Berdasarkan Rumus Slovin, jumlah sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{450}{1 + 450(0.01)^2}$$

n = 81,81 (digenapkan menjadi 82 orang)

Kemudian untuk menarik sampel dari populasi menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2008:122) dan “dengan kriteria sampel yaitu pelanggan berkunjung ke Hotel Safari Aek Kanopan lebih dari satu kali dan berumur diatas 17 tahun.”

### 3. Jenis dan Sumber Data

#### 3.1 Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung dilokasi penelitian melalui kuesioner dan wawancara mengenai variabel yang diteliti.

#### 3.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data-data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Penelitian memperoleh data sekunder dari literature, buku dan internet.

#### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengamatan (observation)  
Melakukan pengamatan langsung terhadap rutinitas kegiatan di lokasi penelitian.
- b. Wawancara (interview)  
Melakukan tanya jawab langsung dengan responden, hal ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban-jawaban yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Jawaban tersebut dapat dijadikan data untuk dianalisis dalam kerangka menjawab pertanyaan penelitian atau memecahkan masalah penelitian.
- c. Daftar Pertanyaan (quisioner)  
Menyebarkan daftar pertanyaan kepada pelanggan Hotel Safari, daftar ini dibagikan kepada responden, yang kemudian jawaban dari kuesioner tersebut dijadikan data untuk dianalisis dalam memecahkan masalah penelitian.

## III. PEMBAHASAN DAN HASIL

### 1. Metode Analisis Data

#### 1.1 Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis dekriptif merupakan cara menguraikan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan. Analisis deskriptif yang dilakukan pada penelitian skripsi ini yaitu dengan mendistribusikan jawaban responden dalam bentuk tabel sehingga memperoleh gambaran yang jelas tentang distribusi jawaban responden.

#### a.) Karakteristik Responden

- 1.) Karakteristik Berdasarkan Umur Responden

**Tabel 1. Umur Responden**

Usia	Frekuensi	Persentase
21 - 30 tahun	28	34 %
31 - 40 tahun	32	39 %
41 - 50 tahun	17	21 %
51 - 60 tahun	5	6 %
<b>Jumlah</b>	<b>82 Orang</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hotel Safari Labuhanbatu Utara, 2014. (Data Diolah)

Tabel 1. menunjukkan usia responden 21 - 30 tahun adalah sebesar 34%, usia 31-40 tahun adalah sebesar 39%, usia 41-50 tahun adalah sebesar 21%, dan usia 51-60 tahun adalah sebesar 6%.

- 2.) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

**Tabel 2. Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	62	76 %
Wanita	20	24 %
<b>Jumlah</b>	<b>82</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hotel Safari Labuhanbatu Utara, 2014. (Data Diolah)

Tabel 2. menunjukkan mayoritas responden berjenis kelamin pria adalah sebanyak 76%, sementara responden

berjenis kelamin wanita sebanyak 24%.

3.) Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

**Tabel 3. Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Peg. Negeri	14	18 %
Peg. Swasta	33	40 %
Wiraswasta	20	24 %
Lain-lain	15	18 %
<b>Jumlah</b>	<b>82</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hotel Safari Labuhanbatu Utara, 2014. (Data Diolah)

Tabel 3. menunjukkan pekerjaan responden, dimana Peg. Negeri sebesar 18 %, Peg. Swasta sebesar 40 %, Wiraswasta sebesar 24 %, dan Lain-lain sebesar 4%.

**b.) Hasil Pernyataan Kuesioner Dari 82 Responden**

1.) Pemasaran Relasional ( $X_1$ )

**Tabel 4. Pemasaran Relasional**

Butir $X_1$	Frekuensi										
	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	
a.	1	39	48	43	52	0	0	0	0	0	0
	2	37	45	45	55	0	0	0	0	0	0
	3	23	28	53	65	6	7	0	0	0	0
b.	1	34	41	45	55	3	4	0	0	0	0
	2	38	46	44	54	0	0	0	0	0	0
	3	34	41	45	55	3	7	0	0	0	0
c.	1	40	49	42	51	0	0	0	0	0	0
	2	31	38	45	55	6	7	0	0	0	0
	3	36	44	37	45	9	11	0	0	0	0

Sumber: Hotel Safari Labuhanbatu Utara. (Data Diolah)

Hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 82 orang responden untuk Variabel Pemasaran Relasional pada Tabel 4.4, yaitu:

**a. Manfaat Finansial (*Financial Benefit*)**

1. Butir 1 adalah 48% responden menjawab Sangat Setuju, 52%

menjawab Setuju. Pada Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

2. Butir 2 adalah 45% responden menjawab Sangat Setuju, 55% menjawab Setuju. Pada Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

3. Butir 3 adalah 28% responden menjawab Sangat Setuju, 65% menjawab Setuju; dan 7% menjawab Kurang Setuju, Pada Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

**b. Manfaat Sosial (*Social Benefit*)**

1. Butir 1 adalah 41% responden menjawab Sangat Setuju; 55% menjawab Setuju; dan 4% menjawab Kurang Setuju, Pada Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

2. Butir 2 adalah 46% responden menjawab Sangat Setuju; dan 54% menjawab Setuju; Pada Butir ini tidak

ada responden yang memilih jawaban Kurang Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

3. Butir 3 adalah 41% responden menjawab Sangat Setuju; 55%

menjawab Setuju; dan 4% menjawab Kurang Setuju, Pada Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

2.) Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

**Tabel 5. Kualitas Pelayanan**

Butir X2	Frekuensi										
	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	
a.	1	24	29	46	56	12	15	0	0	0	0
	2	25	30	48	59	9	11	0	0	0	0
	3	29	35	48	59	5	6	0	0	0	0
b.	1	15	18	46	56	21	26	0	0	0	0
	2	21	26	46	56	15	15	0	0	0	0
	3	26	32	51	62	5	6	0	0	0	0
c.	1	20	24	53	65	9	11	0	0	0	0
	2	22	27	53	65	7	8	0	0	0	0
	3	15	18	58	71	9	11	0	0	0	0
d.	1	23	28	43	52	16	20	0	0	0	0
	2	15	18	58	71	9	11	0	0	0	0
	3	23	28	46	56	12	15	1	1	0	0
e.	1	15	18	51	62	16	20	0	0	0	0
	2	17	21	52	63	13	16	0	0	0	0
	3	22	27	53	65	7	8	0	0	0	0

Sumber: Hotel Safari, Labura. (Data Diolah)

Hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 82 orang responden untuk variabel Kualitas Pelayanan pada Tabel 4.5, yaitu:

**a. Wujud (*Tangibles*)**

1. Butir 1 adalah 29% responden menjawab Sangat Setuju; 56% menjawab Setuju; 15% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.
2. Butir 2 adalah 30% responden menjawab Sangat Setuju; 59% menjawab Setuju; 11% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju
3. Butir 3 adalah 35% responden menjawab Sangat Setuju; 59% menjawab Setuju; 6% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju

**b. Keandalan (*Reliability*)**

1. Butir 1 adalah 18 % responden menjawab Sangat Setuju; 56 % menjawab Setuju; 26 % menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju
2. Butir 2 adalah 26% responden menjawab Sangat Setuju; 56% menjawab Setuju; 15% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.
3. Butir 3 adalah 32% responden menjawab Sangat Setuju; 62% menjawab Setuju; 6% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

**c. Responsivitas (*Responsiveness*)**

1. Butir 1 adalah 24% responden menjawab Sangat Setuju; 65% menjawab Setuju; 11% . Butir ini

tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

2. Butir 2 adalah 27% responden menjawab Sangat Setuju; 65% menjawab Setuju; 8% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.
3. Butir 3 adalah 18% responden menjawab Sangat Setuju; 71% menjawab Setuju; 11% menjawab Kurang Setuju. Butir ini tidak ada responden yang memilih jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 1. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah

- a. Variabel Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $32,833 > 3,11$ ) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara.
- b. Variabel Pemasaran Relasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan korelasi yang tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara hal ini dapat dilihat dari uji signifikansi t (Uji t).
- c. Variabel Pemasaran Relasional dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang cukup erat terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara. Sebagian nilai *Adjusted R Square* adalah 0,440 artinya 44% peningkatan Loyalitas

Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel pemasaran relasional dan variabel kualitas Pelayanan sedangkan sisanya sebesar 66% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2. Saran

- a. Hotel Safari diharapkan untuk tetap mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan hotel melalui strategi pemasaran relasional dengan memperhatikan faktor *financial benefit* yaitu dengan cara penetapan tarif yang lebih terjangkau kepada pelanggan hotel, *social benefit* yaitu karyawan yang mampu menciptakan keakraban dengan pelanggan hotel, dan *structural ties* yaitu dengan cara memberikan penghargaan kepada pelanggan hotel melalui pemberian *souvenir* hotel sehingga tercipta loyalitas pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara.
- b. Hotel Safari Labuhanbatu Utara perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* melalui pelayanan prima yang diberikan karyawan hotel kepada pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan Hotel Safari Labuhanbatu Utara.
- c. Kepada peneliti berikutnya agar mencari faktor lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap loyalitas seperti *brand awareness*, hubungan masyarakat, sehingga dapat memberi kontribusi khusus untuk Safari Labuhanbatu Utara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2005.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2008.
- Gregorius, Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, Penerbit Andi Yogyakarta, 2002.
- Kotler, Philip dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi IX*. PT. Indeks, Jakarta, 2003.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. PT Index, Jakarta, 2004.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Bisnis Dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Penerbit Erlangga, Jakarta, 2003.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph, dan Mc.Daniel, 2001. *Pemasaran Buku*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- Payne, Adrian. *The Essence of Service Marketing*, Diterjemahkan oleh: Fandy Tjiptono, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2001.

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009.

Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE-YKPN, Yogyakarta, 2000.

Subagio, Ahmad, *Marketing In Business*, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta, Bandung, 2008.

Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2008.

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, *Service, Quality dan Satisfaction*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005