

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAN NIKITA KOTA PRABUMULIH

Meisa Afriani¹, Yudi Tusri², Romsa Endrekson³

Manajemen, Universitas Prabumulih, Prabumulih

E-mail: *jepriromadhon@gmail.com¹, yuditusri@gmail.com², romsaendrekson@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman No. 56 Kota Prabumulih dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian berjumlah 97 konsumen dan seluruh populasi dijadikan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (t hitung = 3,630 > t tabel = 1,988 dan sig = 0,000 < 0,05), serta loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (t hitung = 3,123 > t tabel = 1,988 dan sig = 0,002 < 0,05). Secara simultan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (F hitung = 16,545 > F tabel = 3,94 dan sig = 0,000 < 0,05). Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,245 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 24,5%, sedangkan sisanya sebesar 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci

Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research was conducted at Gran Nikita Hotel Prabumulih City, located on Jenderal Sudirman Street No. 56, Prabumulih City, and aimed to determine the effect of service quality (X_1) and customer loyalty (X_2) on customer satisfaction (Y), both partially and simultaneously. The research method used was a quantitative method with a causal associative research design. The population of this study consisted of 97 customers, and all members of the population were used as samples through the saturated sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t -test, F -test, and coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS. The results showed that partially, service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction (t -value = 3.630 > t -table = 1.988 and significance value = 0.000 < 0.05). Customer loyalty also had a positive and significant effect on customer satisfaction (t -value = 3.123 > t -table = 1.988 and significance value = 0.002 < 0.05). Simultaneously, service quality and customer loyalty had a positive and significant effect on customer satisfaction (F -value = 16.545 > F -table = 3.94 and significance value = 0.000 < 0.05). The coefficient of determination (Adjusted R Square) was 0.245, indicating that service quality and customer loyalty contributed 24.5% to customer satisfaction, while the remaining 75.5% was influenced by other factors not examined in this study

Keywords

Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor jasa yang kompetitif karena melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi persepsi tamu terhadap pengalaman menginap mereka. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia selama beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang pesat dan memberikan dampak positif bagi industri perhotelan. Tren ini ditandai dengan meningkatnya jumlah dan keragaman penyedia akomodasi, sehingga persaingan di antara hotel-hotel pun semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan ini, setiap hotel dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, membangun loyalitas pelanggan, dan memastikan tingkat kepuasan pelanggan tetap terjaga, sebagai upaya untuk mempertahankan daya saing dan kelangsungan bisnis.

Hotel adalah jenis usaha yang menyediakan layanan akomodasi, berupa kamar tamu beserta layanan pendukung seperti makanan, minuman, dan berbagai fasilitas lain yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan tamu selama menginap. Dalam operasional sehari-harinya, hotel dikelola melalui sistem manajemen profesional guna meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan keunggulan kompetitif, dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Hotel Gran Nikita Prabumulih ialah hotel bintang dua yang berada di Kota Prabumulih yang mulai beroperasi pada tanggal 10 Januari 2003, didirikan oleh Bapak Haji. Treskofa. Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih menawarkan pengalaman menginap yang mengutamakan kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen bagi setiap tamunya, hotel ini mempunyai 54 kamar. Keunggulan lokasi strategis Hotel Gran Nikita di Prabumulih memudahkan akses ke berbagai pusat kegiatan dan destinasi utama di kawasan tersebut. Hal ini menjadikan hotel ini pilihan akomodasi yang tepat baik bagi wisatawan maupun pelaku bisnis, karena memudahkan mobilitas para tamu dengan lebih efektif dan efisien.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019), kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang mencakup aspek-aspek produk, layanan, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan, yang semuanya secara bersama-sama bertujuan untuk memenuhi—bahkan melampaui—harapan pelanggan. Oleh karena itu, untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan, organisasi perlu meningkatkan kualitas layanan dengan menerapkan dimensi-dimensi seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan aspek fisik sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Fauzi, sebagaimana dikutip dalam Chandra (2020), rendahnya tingkat loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang tidak memenuhi harapan konsumen. Penurunan kualitas pelayanan atau pengalaman layanan yang tidak memuaskan berpotensi mengikis kepercayaan dan komitmen pelanggan, sehingga menyebabkan penurunan loyalitas terhadap suatu perusahaan atau penyedia layanan. Selain kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan juga memiliki peran penting terhadap kepuasan konsumen. Loyalitas pelanggan tercermin dari kesediaan konsumen untuk kembali menggunakan jasa hotel yang sama, tidak mudah berpindah ke hotel pesaing, serta kesediaan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Hubungan antara loyalitas dan kepuasan bersifat timbal balik, dimana kepuasan dapat mendorong loyalitas dan loyalitas yang terbentuk dapat memperkuat persepsi positif konsumen terhadap pelayanan hotel.

Menurut Kotler dan Keller dalam Yurindera (2021) kepuasan konsumen merupakan respons emosional yang dirasakan pelanggan, baik berupa perasaan puas

maupun tidak puas, sebagai hasil dari proses evaluasi terhadap kinerja produk atau layanan dengan membandingkannya dengan harapan yang dimiliki sebelumnya salah satu faktor yang membuat baik buruknya kepuasan konsumen yaitu kualitas dari pelayanan hotelnya. Dalam industri perhotelan, kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam keberlangsungan usaha. Konsumen yang puas akan lebih cenderung kembali merekomendasikan hotel kepada orang lain. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dengan keputusan menginap kembali di hotel yang sama. Oleh karena itu, penelitian mengenai kepuasan konsumen di Hotel Gran Nikita Prabumulih menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing diantaranya hotel South Sumatra, Fave Hotel, Vista Hotel, Hotel Nayora dan masih banyak lagi hotel yang ada di Prabumulih. Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut sehingga dapat menjadi dasar perbaikan operasional Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih di masa mendatang.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka-angka dan di olah dengan bantuan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menginap di Hotel Gran Nikita Prabumulih 1 Februari 2026-28 Februari 2026 yang jumlahnya 97 orang. Menurut Sugiyono (2021) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada kajian ini berjumlah 97. Teknik sampling yang dipilih adalah teknik *non-probability* dengan jenis pendekatan sampling jenuh. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data meliputi kuisioner, observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data yang di gunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, menggunakan regresi linear berganda dan analisis koefisien korelasi dengan bantuan SPSS, kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi kemampuan setiap item dalam instrumen penelitian dalam merepresentasikan dan mengukur variabel-variabel yang diteliti. Sebuah instrumen dianggap memiliki validitas yang baik jika setiap itemnya mampu mengukur konstruk atau konsep yang ditentukan secara akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria penentuan menyatakan bahwa suatu item instrumen dianggap valid jika nilai r yang dihitung melebihi nilai r dalam tabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar item memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel 0,199, sehingga item-item tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian instrumen penelitian ini layak digunakan.

b. Uji Raliabilitas

Reabilitas ialah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat dipercaya dan menunjukkan kemampuan suatu instrumen untuk menghasilkan data yang konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang kali dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan aplikasi SPSS. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 maka variabel dinyatakan reliabel atau handal. Kualitas pelayanan sebesar 0,728, loyalitas pelanggan (X2) sebesar 0,760, dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,745. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji yang dilakukan pada Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. berdasarkan hasil pengujian asumsi normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, maka data penelitian dapat dianggap berdistribusi normal dan oleh karena itu memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan untuk analisis regresi. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai toleransi 0,905, berada diatas ambang batas min 0,10, serta VIF sebesar 1,105, yang masih berada diambang batas max 10. Temuan penelitian menunjukkan bahwa hubungan linier di antara variabel-variabel independen tidak memiliki tingkat kekuatan yang tinggi, artinya model regresi bebas dari multikolinearitas. Selain itu, berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan analisis scatterplot, hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebaran residual bersifat acak dan tidak memperlihatkan pola distribusi yang sistematis. Pola distribusi memperlihatkan varians residual konstan, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Secara keseluruhan, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi semua asumsi yang diperlukan dan oleh karena itu cocok untuk digunakan pada tahap selanjutnya dalam analisis regresi.

3.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi arah dan kekuatan hubungan antara variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Selain itu, metode ini juga digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan perubahan pada variabel bebas yang diteliti.

**Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	19.157	4.208		4.553	.000
Kualitas Pelayanan	.332	.092	.339	3.630	.000
Loyalitas Pelanggan	.214	.069	.291	3.123	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = 19,157 + 0,332X_1 + 0,214X_2 + e$$

Persamaan regresi dapat diartikan sebagai berikut. Angka konstan sebesar 19,157 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) diasumsikan bernilai nol atau tidak berubah, maka skor kepuasan pelanggan (Y) di Hotel Gran Nikita di Prabumulih diperkirakan sebesar 19,157. Koefisien regresi untuk variabel

kualitas pelayanan (X_1) adalah 0,332, suatu nilai positif yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dengan mengasumsikan semua variabel independen lainnya tetap konstan, peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,332 satuan. Sementara itu, koefisien regresi untuk variabel loyalitas pelanggan (X_2) adalah 0,214, yang juga bernilai positif, artinya loyalitas pelanggan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan. Dengan asumsi semua variabel lain tetap konstan, peningkatan loyalitas pelanggan sebesar satu unit diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,214 unit.

3.4 Analisis Koefisien Korelasi

Uji korelasi adalah cara untuk mengukur kedekatan atau keterkaitan antara dua variabel atau lebih, yang mana penelitian ini hanya terdapat 2 variabel X dan 1 variabel Y.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.245	3.90770

Sumber: Data diolah 2026

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen adalah satu arah, dan Ketika kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen juga meningkat. Nilai r atau korelasi Pearson sebesar 0,510 menunjukkan hubungan atau korelasi yang sedang.

3.5 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Menurut Ghazali (2020) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai *t hitung* lebih besar dibandingkan dengan *t tabel* dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang diajukan dinyatakan diterima

Tabel 3 Hasil Uji Parsial(t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.157	4.208		4.553	.000
Kualitas Pelayanan	.332	.092	.339	3.630	.000
Loyalitas Pelanggan	.214	.069	.291	3.123	.002

A. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung (3,630) > t tabel (1,988) dengan nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga di artikan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih dan hipotesis diterima. Sementara variabel loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung (3,123) > t tabel (1,988) dengan nilai sig 0,002 < 0,05 maka di artikan loyalitas memiliki prngaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih dan hipotesis diterima.

b. Uji Simultan (F)

Uji-F digunakan untuk menentukan apakah semua variabel bebas dalam model penelitian secara bersamaan memengaruhi variabel terikat. Uji ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika nilai F yang dihitung lebih besar dari nilai F yang tercantum dalam tabel dan tingkat signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, maka H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan adanya efek gabungan yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen..

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505.286	2	252.643	16.545	.000 ^b
	Residual	1435.394	94	15.270		
	Total	1940.680	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Nilai F tabel pada $df_1 = K - 1 = 2 - 1 = 1 = 97 - 2 - 1 = 94$ a = 0,05 adalah 3,94. Dengan demikian dapat dilihat $F_{hitung} > F_{tabel}$. Atau $16,545 > 3,94$ dan sig 0,000 < 0,05. Sehingga diartikan memiliki pengaruh positif simultan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih.

c. Uji Koefisien Daterminasi (R^2)

Jika koefisien determinasi (R^2) dalam model regresi mendekati nol, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variasi pada variabel terikat semakin berkurang. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 100% atau satu, hal ini berarti bahwa variabel bebas memiliki kemampuan yang lebih besar untuk menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Daterminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.245	3.90770

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai adjusted Rsquare sebesar 0,245 artinya kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) Variabel independen dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 24,5% terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y). Sementara itu, sebesar 75,5% variasi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, dan variabel eksternal lainnya.

3.6 Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil analisis penelitian, diperoleh nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X_1) yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,360 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,988, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

b. Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua (H_2) loyalitas pelanggan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis koefisien regresi X_2 (loyalitas pelanggan) menunjukkan variabel (X_2) loyalitas pelanggan memiliki nilai t_{hitung} 3,123 > t_{tabel} 1,988 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 < dari 0,05 sehingga variabel (X_2) loyalitas pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2021) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat. Pelanggan yang loyal cenderung memiliki pengalaman positif yang berulang sehingga memperkuat tingkat kepuasan mereka terhadap perusahaan.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Gran Nikita Kota Prabumulih. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 16,545 lebih besar dibandingkan F_{tabel} sebesar 3,94, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Selanjutnya, nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,245 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2) mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen (Y) sebesar 24,5%. Sementara itu, sebesar 75,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis, seperti harga, promosi, maupun variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan secara persial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan serta variabel loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Selain itu kedua variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Gran Nikita di Kota Prabumulih. Kontribusi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dalam menjelaskan

kepuasan konsumen sebesar 24,5% sedangkan sisanya 75,5% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Service Quality dan Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.