

## Pengaruh Tarif Kamar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Horison Hotel Semarang

Rifky Adhitya N<sup>1</sup>, Rodhiyah<sup>2</sup> & Saryadi<sup>3</sup>

rifkyadhitya28@gmail.com

### Abstract

*HORISON HOTEL is one of company that moves in side of hospitality at Semarang. Some problems are captured lack of pieces overnight rates, maximal service and facilities at the hotel This purpose to determine influence of Room Rates, Service Quality, Customer Satisfication to Customer Loyalty.*

*Type of research used is explanatory with 100 sample respondents (purposive effect). Analysis of the data used is qualitative and quantitative, qualitative analysis tools such as categorization and quantitative analysis tools such as the coefficient of determination, t test, F test and path analysis.*

*The results and discussion of room rates are very low (70%), quality of service is very good (61%), customer satisfaction is very high (78%) and very high customer loyalty (67%). There is a positive and significant influence between room rates for customer satisfaction (14.4%), a positive and significant influence between room rates on customer loyalty (20.6%), a positive and significant effect of service quality on customer satisfaction (13%), positive and significant impact of service quality on customer loyalty (81.1%) and there is a positive and significant impact of customer satisfaction on customer loyalty (12.8%).*

*Conclusion There are significant effect between room rates and quality of service to customer satisfaction (18.5%) and a significant influence between the influence of room rates, service quality on customer loyalty through customer satisfaction (81.2%). Advice can be given include: repair of all equipment in the room were not functioning as it should, repairing all kinds of facilities, to fully leverage with both the employees and officers, and the effort required to provide discounted hotel rates stay more especially on particular days.*

**Keywords :** Room Rates, Service Quality, Satisfication Customer, Loyalty Customer

HORISON HOTEL merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa hotel di Semarang. Permasalahan yang didapat, yaitu: Kurangnya potongan tarif menginap, kurang maksimalnya pelayanan dan fasilitas yang terdapat pada hotel tersebut. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tarif Kamar, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tipe penelitian *explanatory* dengan sampel 100 responden (*purposive sampling*). Analisis data yang digunakan adalah *kualitatif dan kuantitatif*, alat analisis kualitatif berupa kategorisasi dan alat analisis kuantitatif berupa *koefisien determinasi*, uji t, uji F dan analisis jalur.

Hasil dan pembahasan : tarif kamar sangat murah (70%), kualitas pelayanan sangat baik (61%), kepuasan pelanggan sangat tinggi (78%) dan loyalitas pelanggan sangat tinggi (67%). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tarif kamar terhadap kepuasan pelanggan (14,4%), pengaruh positif dan signifikan antara tarif kamar terhadap loyalitas pelanggan (20,6%), pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (13%), pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (81,1%) dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (12,8%).

Kesimpulan terdapat pengaruh signifikan antara tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (18,5%) dan pengaruh signifikan antara pengaruh tarif kamar, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (81,2%). Saran yang dapat diberikan antara lain: memperbaiki semua peralatan di dalam kamar yang tidak berfungsi sebagai mana mestinya, memperbaiki segala macam fasilitas, menyiapkan SDM dengan baik para karyawan dan petugas, dan diperlukan upaya pihak hotel dalam memberikan potongan tarif menginap yang lebih khususnya di hari-hari tertentu.

**Kata kunci :** Tarif Kamar, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

---

<sup>1</sup>Rifky Adhitya N, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, rifkyadhitya28@gmail.com

<sup>2</sup>Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Saryadi, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

## PENDAHULUAN

Perhotelan merupakan perusahaan jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan.

Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan dari sebuah tempat usaha komersial yang menyediakan penginapan, tempat pertemuan, dan pelayanan lain untuk umum. Dan juga tidak jarang hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, pengenalan produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan di Indonesia diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini, seperti desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramahan dan ketrampilan karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Perkembangan bisnis jasa perhotelan berkembang pesat hampir di seluruh kota besar di Indonesia, tidak terkecuali kota Semarang. Jasa perhotelan di kota Semarang sangat berkembang, Banyaknya hotel di kota Semarang pada akhirnya menimbulkan persaingan antar hotel yang semakin ketat untuk mendapatkan pengunjung atau konsumennya. Hotel merupakan salah satu bentuk jasa karena pelayanan hotel tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Meningkatnya persaingan antar hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya.

Dari hasil "Yearly Report" (laporan tahunan) tahun 2011-2013 yang dimiliki oleh Horison Hotel Semarang, diketahui tingkat pencapaian okupansi atau hunian kamar tahunan sebagai berikut:

**Pencapaian Okupansi Horison Hotel Semarang 2011-2013**

| Tahun | Budget | Actual | Persentase | Perubahan |
|-------|--------|--------|------------|-----------|
| 2011  | 45.763 | 46.094 | 100,72%    | -         |
| 2012  | 48.317 | 46.085 | 95,38%     | -5,34%    |
| 2013  | 45.744 | 41.777 | 91,32%     | -4,06%    |

Sumber : Horison Hotel Semarang, 2014.

Tabel 1.1 diatas menunjukkan pencapaian okupansi Horison Hotel Semarang selama tiga tahun terakhir, dimana pada tahun 2011 pencapaian okupansi melebihi budget atau target yang telah ditentukan, yakni mencapai 100,72%, sedangkan pada tahun 2013 menjadi tahun dengan okupansi terendah dengan pencapaian 91,32%. Berikut ini tabel 1.2. mengenai pencapaian okupansi Horison Hotel Semarang per bulan selama tahun 2013:

**Pencapaian Okupansi Horison Hotel Semarang 2013**

| Bulan    | Budget | Actual | Persentase | Perubahan |
|----------|--------|--------|------------|-----------|
| Januari  | 3.325  | 3.707  | 111,48%    | -         |
| Februari | 3.234  | 2.705  | 83,64%     | -27,84%   |
| Maret    | 4.194  | 3.892  | 92,79%     | +9,15%    |
| April    | 3.614  | 3.505  | 96,98%     | +4,18%    |
| Mei      | 4.092  | 3.540  | 86,51%     | -10,47%   |
| Juni     | 4.208  | 3.772  | 89,63%     | +3,12%    |

|               |               |               |               |         |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------|
| Juli          | 2.815         | 3.629         | 128,91%       | +39,27% |
| Agustus       | 3.508         | 3.144         | 89,62%        | -39,29% |
| September     | 4.208         | 3.075         | 73,07%        | -16,54% |
| Oktober       | 4.194         | 3.613         | 86,14%        | +13,07% |
| November      | 4.158         | 3.542         | 85,18%        | -0,96%  |
| Desember      | 4.194         | 3.653         | 87,10%        | 1,91%   |
| <b>Jumlah</b> | <b>45.744</b> | <b>41.777</b> | <b>91,32%</b> |         |

Sumber : *Horison Hotel Semarang, 2014*

Berdasarkan data dari tabel 1.2. diatas menunjukkan kenaikan atau penurunan tingkat okupansi/hunian kamar pada Horison Hotel Semarang. Peningkatan paling tinggi terjadi pada bulan Juli tahun 2013, dimana terjadi peningkatan sebesar 39,27% dari bulan sebelumnya. Pada bulan yang sama terjadi pencapaian okupansi yang melebihi target hingga 128,91% dari target yang telah ditentukan. Sedangkan penurunan paling rendah terjadi pada bulan Agustus dimana penurunan mencapai 39,29%.

## KERANGKA TEORI

Tarif sering diartikan sama dengan harga, tetapi tarif lebih terkait pada besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh jasa pelayanan, sedangkan pengertian harga lebih terkait pada besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh barang. Namun harga dengan tarif sama – sama memiliki keterikatan dengan uang. Menurut Kotler (2009:68) menyatakan bahwa harga mempunyai banyak bentuk dan banyak fungsi, seperti Sewa, uang sekolah, ongkos, upah/fee, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji dan komisi semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:93), kualitas layanan lebih menekankan pada persepsi dari konsumen terhadap keunggulan atau kelebihan dari sebuah jasa/pelayanan. Karena kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen, maka untuk mengevaluasi kualitas layanan, salah satu kriteria yang diterapkan adalah apakah kualitas layanan yang diberikan sudah sesuai dengan persepsi konsumen. Apabila tidak sesuai dengan persepsi konsumen maka dapat dikatakan bahwa suatu layanan tidak atau kurang berkualitas. Demikian pula sebaliknya, apabila telah sesuai dengan persepsi konsumen maka sebuah layanan dapat dikatakan berkualitas.

Menurut Kotler (2009:49) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Apabila jasa yang didapat pelanggan lebih kecil dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan menjadi tidak puas, tidak tertarik dan kecewa kepada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan apabila jasa yang dirasa oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas.

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan yang sama. (Basu Swastha, 2001:75). Loyalitas (*loyalty*) menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasari pada unit pengambilan keputusan. Jadi, loyalitas akan tinggi manakala suatu produk dinilai mampu memberikan kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan beralih ke merek lain.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian *eksplanatory research* atau penjelasan, yaitu menjelaskan pengaruh antara tarif kamar (*room rates*) dan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap loyalitas pelanggan (*loyalty customer*) melalui kepuasan pelanggan (*satisfication customer*). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menginap di Horison Hotel Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Horison Hotel Semarang dengan pengambilan sampel menggunakan metode Slovin sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala interval dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana dan berganda serta uji t, uji F dan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan SPSS 20.0.

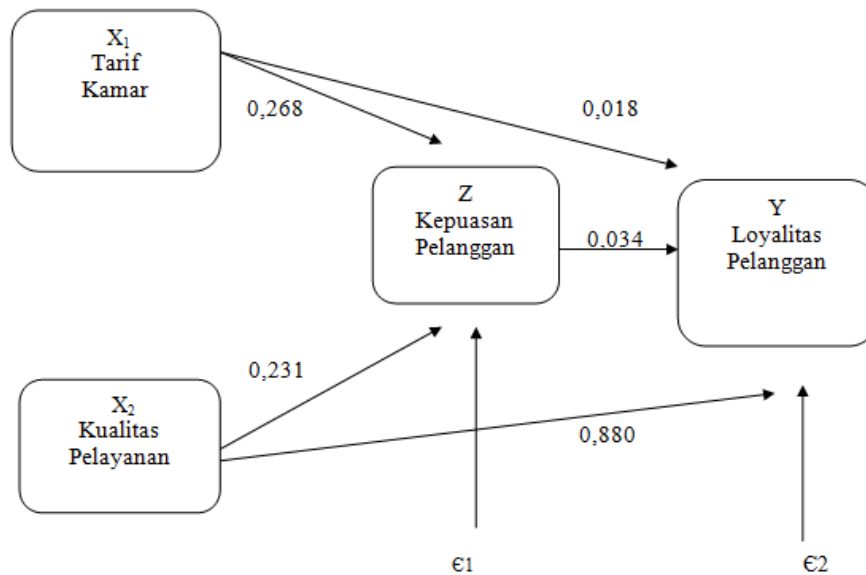
## HASIL

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut:

| No | Uji Hipotesis  | Hasil                 |              |          |             | Keterangan Hipotesis |
|----|--|-----------------------|--------------|----------|-------------|----------------------|
|    |  | t hitung/<br>F hitung | Signifikansi | Korelasi | Determinasi |                      |
| 1  | Pengaruh Tarif Kamar ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)   | 4,057                 | 0,000        | 0,379    | 14,4%       | Ha Diterima          |
| 2  | Pengaruh Tarif Kamar ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)  | 5,048                 | 0,000        | 0,454    | 20,6%       | Ha Diterima          |
| 3  | Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)  | 3,825                 | 0,000        | 0,360    | 13%         | Ha Diterima          |
| 4  | Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)   | 20,504                | 0,000        | 0,901    | 81,1%       | Ha Diterima          |
| 5  | Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)   | 3,791                 | 0,000        | 0,358    | 12,8%       | Ha Diterima          |
| 6  | Pengaruh Tarif Kamar ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)                          | 11,005                | 0,000        | 0,430    | 18,5%       | Ha Diterima          |
| 7  | Pengaruh Tarif Kamar ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) | 138,619               | 0,000        | 0,901    | 81,2%       | Ha Diterima          |

Sumber: Hasil Penelitian yang Diolah, 2014.

## PATH ANALYSIS



## PEMBAHASAN

Pada variabel tarif kamar, 70 responden menilai tarif yang ditetapkan pihak hotel sangat murah sehingga berdampak pada kepuasan yang dapat dilihat dari hasil adanya pengaruh positif dan signifikan antara tarif kamar terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fariza (2008) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan GSM Indosat di kota Semarang, hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan dengan tarif menginap yang murah pelanggan merasa puas dan suatu saat jika responden berkunjung kembali ke Kota Semarang mereka berkeinginan untuk menginap kembali di hotel tersebut. Oleh karena itu pada penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tarif kamar terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Surya dan Setyaningrum (2009) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hypermart cabang Kelapa Gading.

Pada variabel kualitas pelayanan, 61 responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan pihak hotel sangat baik sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk menghasilkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan teori tentang 5 dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman, et. al. dalam Lupiyoadi, 2006). Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada pelanggannya berdampak pada kepuasan yang dapat dilihat dari hasil adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Waty (2010) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Dana Solo. Mayoritas responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel sangat baik dan memenuhi harapan pelanggan, seperti porsi dan kualitas makanan yang disajikan, kamar yang bersih, lahan parkir yang memadai, penampilan petugas, keandalan petugas, kemampuan karyawan yang baik dalam melakukan komunikasi serta keandalan petugas dalam menyampaikan informasi terkait pelayanan dan lainnya. Dari hal-hal tersebut maka diperoleh bahwa kualitas pelayanan yang sangat baik dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anastasia Resty Tjahjadi (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Coffee Mall Puri Indah Jakarta.

Pada variabel kepuasan pelanggan, 78 responden merasakan kepuasan yang sangat tinggi terhadap pelayanan dan juga tarif yang ditetapkan. Kepuasan pelanggan akan suatu produk atau jasa dapat menciptakan loyalitas atau kesetiaan pada jasa tertentu. Terdapat pengaruh yang positif dan

signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maylina (2003), dimana kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kesetiaan terhadap merek pada konsumen. Konsumen akan loyal terhadap suatu merek bila ia mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. karena itu jika konsumen mencoba beberapa macam merek yang kemudian dievaluasi apakah merek tersebut telah melampaui kriteria kepuasan mereka atau tidak. Bila setelah mencoba dan kemudian responnya baik maka konsumen tersebut puas sehingga ia akan memutuskan membeli kembali merek tersebut secara konsisten sepanjang waktu. Ini berarti telah tercipta kesetiaan konsumen terhadap merek dan begitu pula jika diaplikasikan pada sektor jasa.

Pada variabel loyalitas pelanggan, 67 responden memiliki tingkat loyalitas yang sangat tinggi. Hal ini disebabkan karena pelanggan bersedia menginap kembali, bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap dan bersedia untuk mengatakan kelebihan dari Horizon Hotel Semarang. Ini merupakan suatu keuntungan yang dimiliki oleh pihak hotel, oleh karena itu diharapkan kedepannya pihak hotel dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan lebih baik dalam menetapkan tarif kamar.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dengan tarif yang murah dan kualitas pelayanan yang baik menciptakan kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga berdampak pada kesetiaan atau loyalitas dalam menggunakan jasa tersebut. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Dwi Kurniasih (2011), dimana harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan (studi pada bengkel ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang).

Pengaruh langsung variabel tarif kamar terhadap loyalitas lebih besar daripada pengaruh tidak langsungnya. Sedangkan pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas lebih besar daripada pengaruh tidak langsungnya. Dan untuk pengaruh total (*Total Effect*) tarif kamar terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan lebih besar daripada pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bila penetapan tarif kamar sesuai dan kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik maka akan berpengaruh pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis jalur, pengaruh langsung variabel tarif kamar terhadap loyalitas lebih besar daripada pengaruh tidak langsungnya. Sedangkan pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas lebih besar daripada pengaruh tidak langsungnya. Dan untuk pengaruh total (*Total Effect*) tarif kamar terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan lebih besar daripada pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan masih diperlukan upaya pihak hotel untuk lebih memberikan potongan tarif menginap, khususnya di hari-hari tertentu seperti memperingati hari-hari besar besar di Indonesia dan jika kebetulan calon pelanggan yang akan menginap sedang berulang tahun supaya diberikan potongan tarif tambahan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan masih diperlukan upaya pihak hotel untuk lebih memberikan pelayanan yang maksimal, seperti menyiapkan dengan baik SDM para karyawan dan petugas, memperbaiki semua peralatan yang tidak berfungsi sebagai mana mestinya khususnya di dalam kamar, memperbaiki koneksi internet atau *Wifi*, memperbaiki segala macam fasilitas seperti alat fitness yang sudah cukup usang, mengganti karpet di seluruh lantai dengan yang baru dan memperbaiki lantai-lantai pada kolam renang yang dimiliki pihak hotel.

Perlunya diadakan penelitian lanjutan oleh perusahaan atau pihak di luar perusahaan mengenai judul penelitian ini, karena pada penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Dan juga dapat ditambah dengan variabel-variabel bebas lain yang dianggap memberikan sumbangan tambahan untuk menaikkan tingkat loyalitas pelanggan. Misalnya kualitas produk, fasilitas, nilai pelanggan, promosi, dan lain sebagainya. Diharapkan dengan adanya penelitian lanjutan, maka permasalahan mengenai loyalitas pelanggan akan memperoleh solusi yang komprehensif dan integral.

## DAFTAR REFERENSI

- Arikunto,S. 1995. *Manajemen penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Adrian Payne. 2000. *The Essence Of Service Marketing*. Andi dan Pearson Education (Asia) Pte. Ltd. Yogyakarta.
- A.S. Moenir, 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Gilbert, David. 2003. *Retailing Marketing Management*. 2th Edition. Endinburgh Gate: Pearson Educated Limited. England.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- , 2002. *Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it, Lexington Books*. Singapore.
- Horison Hotel Semarang. 2013. *Horison Hotel Yearly Report*. Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Husein, Umar. 1998. *Metode Penelitian*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Joko Pamungkas, Tunggul. 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan rumah makan Nusantara Semarang*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Koentjaraningrat. 1997. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas, jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- , 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- , 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kurniasari. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Unit sampangan Semarang*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Lutfi Sofyan, Indra. 2013. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nazir, Mohammad. 1988. *Metode Penelitian*. Cetakan Ketiga. Ghalia. Jakarta.
- Parasuraman, A. Berry, Leonard L. Zeithaml, Valarie A (1996). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press, Jakarta.
- Sarwono, Jonathan. 2011. *Path Analysis*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Singarimbun dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ke Tujuh, Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 9. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- . 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- . 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 5. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- . 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 3. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sulistyo, Heru. 1998. *Hubungan Antara Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen*. Tesis Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Septina Dwi Mayasari, Suwarni. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen IM3 pada PT. Indosat Bandung Tbk*. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Setyorini, Winarti. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pada Mahkota Hotel di Pangkalan Bun*. Universitas Antakusuma. Pangkalan Bun.
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE. Yogyakarta.
- , 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- , 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Agung Media. Jakarta.
- Zeithaml, Valarie A. dan Bitner, Marry Jo. 2003. Third Edition. *Services Marketing*. The McGraw-Hill Companies Inc. New York.