

## **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dan citra hotel melati di kelurahan seminyak kabupaten badung bali**

**Wayan Agung Panca P, I Nyoman Jamin Ariana, Ni Ketut Arismayanti**

DIV Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana Jl.Dr.R.Goris No.7 Denpasar

Telp/Fax : (0361) 223798, email [agungpanca86@gmail.com](mailto:agungpanca86@gmail.com)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dan citra hotel melati di Kelurahan Seminyak. Konsep penelitian ini dikembangkan untuk menguji hubungan antara ketiga konstruk. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 100 responden (wisatawan menginap pada hotel melati). Teknik analisis data yaitu analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif serta analisis *partial least square structural equation modeling* (PLS-SEM). PLS-SEM yaitu model persamaan struktural untuk mengembangkan atau memprediksi suatu teori yang sudah ada. Model persamaan yang dianalisis adalah model bagian luar (*outer model*), model bagian dalam (*inner model*) dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan perangkat lunak PLS-SEM versi 3.0 diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan, terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap citra hotel, dan tidak terdapat pengaruh secara signifikan citra hotel terhadap loyalitas wisatawan yang menginap pada hotel melati di Kelurahan Seminyak. Implikasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hotel melati di sekitar Kelurahan Seminyak harus tetap menjaga profesionalitas dalam meningkatkan kualitas pelayanan baik dari aspek bukti fisik, daya tangkap karyawan, jaminan oleh hotel dan asuransi yang diberikan kepada wisatawan sehingga bisa meningkatkan loyalitas wisatawan dan memberikan citra yang positif, perlu adanya peningkatan dalam aspek inovasi layanan dan produk seperti pelayanan 24 jam dan peningkatan fasilitas hotel.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Wisatawan, Citra Hotel.

### **Abstract**

The purpose of this study was identifying the impact of service quality on loyalty and hotel image . A conceptual framework was developed to test the relationship among constructs. Technique Sampling using Purposive Sampling with sample used for this study 100 respondent ( tourists staying in non star hotels). Technique analysis engineering data in this study used descriptive analysis techniques qualitative approach to quantitative descriptive analysis and partial least square analysis of structural equation modeling (PLS-SEM). PLS-SEM is a structural equation model to develop or to predict an existing theory. The model equations are analyzed is the model the *outer model*), *inner model* and hypothesis testing. Based on calculations using the software PLS-SEM version 3.0 result that there is significant relationship impact the service quality on tourist loyalty, there is significant relationship impact service quality to the hotel image, and there is no relationship significant the hotel image as mediating the impact of service quality on tourist loyalty staying at non star hotels in Seminyak. The finding suggest that the management non star hotels around the Seminyak should keep professionalism in improving the quality of service both from the aspect of tangible, the reliability of employees, assurance by the hotel and insurance provided to tourists, it can increase the tourists loyalty and provide a positive image, the need for improvement in the aspect of innovative services and products such as make 24 hour service and improvement of hotel facilities.

Key word :Quality service, Tourist loyalty, Hotel image.

## 1. Pendahuluan

Wisatawan yang menginap di hotel melati diperlukan kualitas pelayanan yang baik karena hal ini akan memberikan dampak positif kepada usaha perhotelan, namun dengan suatu syarat, hotel harus memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar dan keuntungan bagi hotel tersebut. Kualitas pelayanan yang dapat diimplementasikan dengan baik merupakan salah satu faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah hotel karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan dapat mendorong untuk menginap kembali sehingga menimbulkan hal yang positif keberhasilan bagi pihak hotel. Karyawan hotel apabila mampu memberikan pelayanan yang baik maka wisatawan merasa puas dan citra hotel positif di mata wisatawan. Upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas yang ada merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan karena dengan kualitas yang semakin baik yang dirasakan oleh pelanggan maka akan membuat pelanggan menjadi semakin loyal (Febri, 20106).

Citra perusahaan yang baik sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena akan berpengaruh terhadap seluruh elemen yang ada di dalam perusahaan tersebut (Sutisna,2008:332). Citra yang baik dapat memberikan pelayanan melebihi harapan tamu pelanggan, maka hal ini, dapat menumbuhkan loyalitas wisatawan. Menumbuhkan loyalitas wisatawan harus diawali dengan pihak hotel menuntut karyawannya loyal dalam bekerja serta tanggung jawab untuk terciptanya keberhasilan hotel. Pencitraan yang dibangun oleh hotel sangat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap hotel tersebut. Citra hotel sangat penting bagi hotel karena merupakan kesan yang terbentuk dari konsumen terhadap hotel tersebut

## 2. Metode penelitian

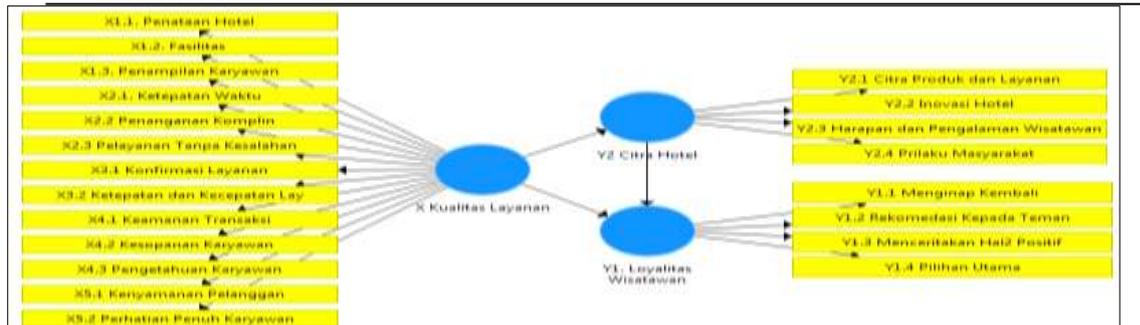
Lokasi penelitian ini adalah Kelurahan Seminyak, Kecamatan Kuta dengan target wisatawan yang pernah menginap di Hotel Melati di Kelurahan Seminyak. Dipilihnya hotel melati karena dari hasil data yang didapatkan bahwa hotel melati lebih tinggi jumlahnya dibandingkan dengan bintang serta dilihat lama kunjungan wisatawan di melati lebih lama dibandingkan dengan hotel bintang. Dalam penelitian yang menggunakan jenis variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel tersebut masing-masing terdapat variabel laten, pada variabel eksogen variabel latennya adalah kualitas pelayanan (X1), dan pada variabel endogen, variabel latennya adalah loyalitas wisatawan (Y1) dan citra hotel melati yaitu (X2). Variabel kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan asuransi. Variabel loyalitas terdiri dari bersedia menginap kembali, Merekomendasikan kepada teman atau kerabat, Menceritakan hal-hal positif (Y1.3), Menjadi pilihan utama kunjungan wisata (Y1.4), dan Variabel citra terdiri dari Citra produk dan layanan, Inovasi hotel, Harapan dan pengalaman wisatawan terhadap kinerja karyawan, dan Prilaku Masyarakat terhadap hotel

Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data Kualitatif yaitu data yang dikumpulkan tidak dalam bentuk angka-angka atau berupa uraian kata-kata yang dipergunakan untuk melengkapi pembahasan (Sugiyono, 2012:130), sedangkan data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka dari perhitungan atau pengukuran seperti data, jumlah hotel melati, jumlah kunjungan wisatawan, dan hasil data penyebaran kuesioner. Sumber data penelitian yaitu bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu, data yang diperoleh secara langsung dari responden di lokasi penelitian (Sugiyono, 2012:139) dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang menunjang penelitian ini yang digali bukan oleh pihak pertama melainkan sudah terdapat pada sumber data lainya (Sugiyono, 2012:141). Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, kuesioner, studi pustaka, dan dokumentasi.

Penentuan sampel dilakukan metode *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel secara sengaja, menentukan sendiri sampel yang akan diambil karena terdapat pertimbangan tertentu. Jadi sampel diambil tidak acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti. adapun pertimbangan untuk menentukan anggota sampel adalah responden yang pernah menginap pada hotel melati Kelurahan Seminyak. Menurut Sarwono and Narimawati (2015:214) Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian dengan menggunakan analisis *Partial least square* -SEM adalah setidaknya 30-100 sampel.

Untuk mengetahui sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 wisatawan.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data Statistik Deskriptif dan *Partial Least Square SEM* yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengembangkan atau memprediksi suatu teori yang sudah ada. Metode deskriptif yang digunakan untuk memperoleh gambaran secara lengkap dan tepat dari tujuan penelitian. Dalam hal ini, digunakan *skala likert 5*. Analisis data *Partial Least Square SEM* yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengembangkan atau memprediksi suatu teori yang sudah ada (Sarwono & Narimawati (2015:5). Penelitian ini menggunakan analisis model structural PLS dengan dibantu menggunakan software SmartPLS 3.0. Menurut Ananda Sabil (2015:18) analisis model structural memiliki beberapa tahap yaitu :1) Merumuskan teori model structural, 2) Analisis *outer model*, 3) Analisis *inner model*, dan 4) Pengujian Hipotesis.



Gambar 1. Model Penelitian

### 3. Hasil dan pembahasan

#### 3.1 Karakteristik wisatawan menginap pada hotel melati di seminyak.

Karakteristik dari 100 wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini dapatkan hasil yaitu 53% berjenis kelamin laki-laki, 47% berjenis kelamin perempuan. Dilihat dari umurnya yang paling tinggi yaitu 16 – 25 tahun sebesar 37%. Pada karakteristik pekerjaan yang paling tinggi yaitu wisatawan yang bekerja sebagai profesi sebesar 27%. Sumber informasi yang didapatkan oleh wisatawan mengenai hotel melati di Seminyak paling tinggi berasal dari website sebesar 53,5%. Lama tinggal wisatawan yang paling tinggi selama menginap adalah >7 hari dengan rekan menginap bersama teman (45%). Selanjutnya dari alasan menginap karena hotel melati memberikan harga yang murah (33,8), hal ini yang membuat wisatawan bisa menginap lebih lama. Tujuan menginap wisatawan yang paling tinggi yaitu karena berlibur sebesar (76,9%).

#### 3.2 Persepsi wisatawan terhadap hotel melati di seminyak.

##### 1. Kualitas pelayanan

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan variabel yang paling rendah adalah keadilan dengan rata-rata yaitu 3,98. Kedua adalah bukti fisik dengan rata-rata 3.99. ketiga adalah daya tanggap dengan rata-rata 4.01. Selanjutnya adalah empati dengan rata-rata 4.05 dan yang paling tinggi adalah jaminan dengan rata-rata 4,20. Untuk lebih jelas bisa dilihat pada Tabel Berikut :

Tabel 1. Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Mean	Ket
Bukti Fisik	Penataan hotel	4,35	Sangat Setuju
	Fasilitas	3,91	Setuju
	Penampilan Karyawan	3,72	Setuju
	<b>Rata-Rata</b>	<b>3,99</b>	<b>Setuju</b>
Keadalan	Ketepatan waktu	4,02	Setuju
	Penanganan komplin	4,00	Setuju
	Pelayan tanpa kesalahan	3,93	Setuju
	<b>Rata-Rata</b>	<b>3,98</b>	<b>Setuju</b>
Daya Tanggap	Konfirmasi layanan	3,93	Setuju
	Kecepatan pelayanan	4,08	Setuju

	<b>Rata-Rata</b>	<b>4,01</b>	<b>Setuju</b>
Jaminan	Keamanan transaksi	4,21	Setuju
	Sopan santun karyawan	4,36	Sangat Setuju
	Pengetahuan karyawan	4,04	Setuju
	<b>Rata-Rata</b>	<b>4,20</b>	<b>Setuju</b>
Empati	Kenyamanan wisatawan	4,06	Setuju
	Perhatian penuh ke wisatawan	4,04	Setuju
	<b>Rata-Rata</b>	<b>4,05</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Analisis Data 2016

### 3.3 Loyalitas

Pelayanan yang baik akan membuat wisatawan menginap kembali, merekomendasikan kepada teman/kerabat, menceritakan hal-hal yang positif, dan menjadi pilihan utama ketika akan melakukan kunjungan kembali ke hotel tersebut. Dilihat pada Tabel 4.9 tentang persepsi wisatawan terhadap loyalitas wisatawan menginap pada hotel melati di Kelurahan Seminyak ditemukan hasil bahwa rata-rata respon wisatawan setuju (4,05) dengan temuan pada masing-masing indikator dari respon tertinggi sampai terendah yaitu, mencertikan hal-hal positif (4,42) dikategorikan sangat setuju, merekomendasikan kepada teman/kerabat (4,20) dikategorikan setuju, menginap kembali (3,91) dikategorikan setuju dan menjadi pilihan utama yang dikategorikan setuju.

Tabel 2. Loyalitas Wisatawan

<b>Indikator</b>	<b>STSj</b>	<b>TSj</b>	<b>N</b>	<b>Sj</b>	<b>SSj</b>	<b>Mean</b>	<b>Ket</b>
Mengingat kembali		14	17	33	36	3,91	Setuju
Merekomendasikan kepada teman		9	8	37	46	4,20	Setuju
Menceritakan hal-hal yg positif		5	9	25	61	4,42	Sangat Setuju
Menjadi pilihan utama		24	10	40	26	3,68	Setuju
Rata-Rata						4,05	Setuju

Sumber: Analisis Data 2016

### 1.4 Citra hotel

Dalam mengukur citra hotel digunakan empat indikator yaitu citra terhadap produk dan layanan, inovasi hotel dalam memberikan pelayanan, pengalaman yang didapat oleh wisatawan dan respon wisatawan terhadap perilaku masyarakat dengan adanya hotel melati di Kelurahan Seminyak. Berdasarkan Tabel 4.10 kuesioner yang disebarkan, ditemukan hasil respon wisatawan terhadap citra hotel melati di Kelurahan Seminyak rata-rata setuju (3,6) dengan nilai rata-rata setiap indikator adalah citra produk dan layanan (4,01) dikategorikan setuju, perilaku masyarakat (3,92) dikategorikan setuju, pengalaman wisatawan (3,48) dikategorikan setuju, dan inovasi hotel dikategorikan (2,98) dikategorikan netral.

Tabel 3. Citra Hotel Melati

<b>Indikator</b>	<b>S.St</b>	<b>Sj</b>	<b>M</b>	<b>TSj</b>	<b>ST.Sj</b>	<b>Mean</b>	<b>Ket</b>
Citra produk dan layanan		5	24	36	35	4,01	Setuju
Inovasi hotel	10	20	42	18	10	2,98	Netral
Pengalaman wisatawan	11	19	38	22	10	3,01	Netral
Perilaku Masyarakat		9	15	51	25	3,92	Setuju
Rata-Rata						3,60	Setuju

Sumber: Analisis Data 2016

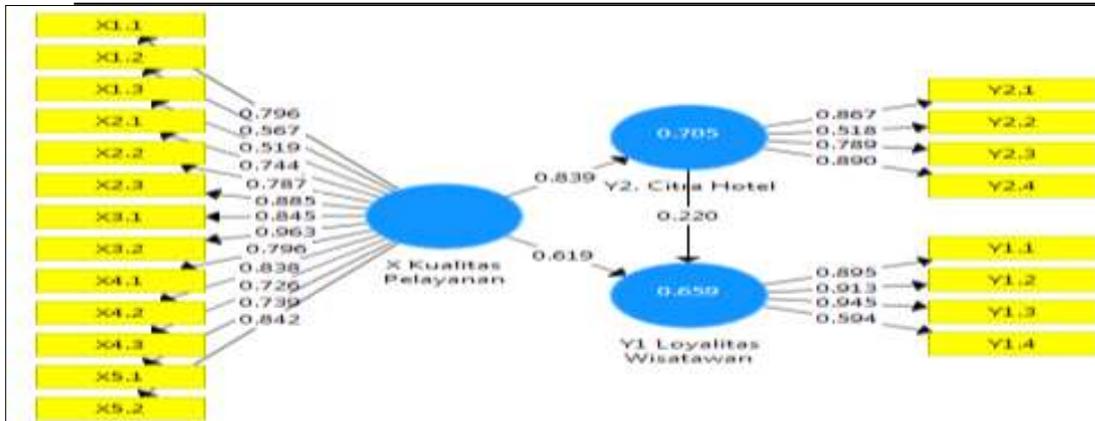
### 1.5 Analisis partial least square kualitas pelayanan, loyalitas dan citra hotel

#### 1) Pengujian outer model

Dalam pengujian *outer model* bertujuan untuk melihat *validity* dan *reliability* suatu model. Analisis pengujian ini akan dilihat dari pengaruh *factor Loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Discriminant Validity*, serta *composite reliability*.

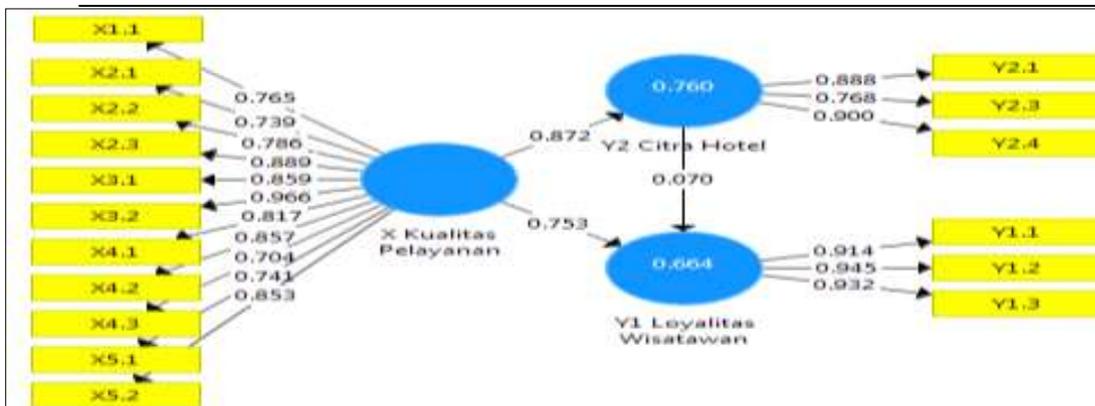
#### a) Faktor loading

Factor loading adalah tahap awal dalam pengujian validas suatu model, syarat faktor loading syaratnya adalah harus > 0,6, agar indikator dikatakan valid. Jika tidak valid maka harus dihapuskan dari model (Husein. 2015). Untuk mengetahui analisis *outer model* penelitian ini bisa dilihat pada Gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2 Hasil Algorithm *Outer model*, Sumber : Analisis Data 2016

Jika dilihat pada Gambar 4.1 di atas terlihat bahwa pada variabel laten kualitas pelayanan terdapat dua indikator (variabel manifest) yang harus dihapuskan dari model karena nilai *factor loadingnya* < 0,6 yaitu 1) fasilitas hotel memiliki faktor loading (0,567) dan penampilan karyawan (0,519). Kemudian pada variabel laten loyalitas wisatawan terdapat satu variabel manifest yang harus dihapuskan dari model yaitu pilihan utama (0,594). Selanjutnya pada citra hotel terdapat variabel manifest yang dihapuskan dari model yaitu variabel manifest inovasi layanan (0,518). Karena terdapat beberapa variabel manifest yang dihapuskan dari model maka akan terbentuk model pengaruh yang baru (Gambar 3), sehingga bisa dilakukan analisis berikutnya:



Gambar 3. Hasil Algorithm *Outer model* Sumber : Analisis Data 2016

**b) Average variance extracted (ave)**

*Average Variance Extracted (AVE)* adalah nilai yang digunakan dalam pengujian validitas konvergen karena nilai didapat dari keluaran *convergent validity*. Pada penelitian ini, nilai AVE yang diharapkan adalah > 0,5, dan maka bila dilihat dari konstruk variabel laten, semua konstruk memiliki nilai di atas 0.5 (atau lebih besar dari 0,5), untuk lebih jelasnya hasil AVE bisa dilihat pada Gambar5.1 dan Tabel 5.13 di bawah ini :

Tabel 4. Hasil Keluaran AVE PPengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Wisatawan dan Citra Hotel

Konstruk	AVE
X1 Kualitas pelayanan	0.671
Y1 Loyalitas wisatawan	0.865
Y2 Citra hotel	0.729

Sumber : Analisis Data 2016.

Dikarenakan tidak ada permasalahan terhadap *convergent validity*, maka selanjutnya yang diuji adalah permasalahan yang terkait dengan *discriminant validity*.

c) Discriminant Validity

Discriminant *Validity* dapat diuji dengan melihat tabel *cross loading*, keluaran ini digunakan untuk menguji validitas diskriminan pada tataran indikator dengan ketentuan, korelasi antara indikator dengan variabel latennya > dibandingkan dengan korelasi antara indikator dengan variabel laten lainnya (di luar bloknya). Untuk lebih jelas bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5. Cross Loading

Indikator	Kualitas pelayanan	Loyalitas	Citra hotel	Korelasi	Ket
X1.1 Penataan Hotel	0,765	0,541	0,671	x1.1»x > x1.1»y1	Valid
X2.1 Ketepatan waktu	0,739	0,424	0,627	x2.1»x > x2.1»y1	Valid
X2.2 Penanganan komplin	0,786	0,628	0,674	x2.2»x > x2.2»y1	Valid
X2.3 Pel.tanpa kesalahan	0,889	0,823	0,804	x2.3»x > x2.3»y1	Valid
X3.1 Konfirmasi layanan	0,859	0,696	0,712	x3.1»x > x3.1»y1	Valid
X3.2 Ketepatan&kecepatan	0,966	0,820	0,849	x3.2»x > x3.2»y1	Valid
X4.1 Keamanan transaksi	0,817	0,658	0,724	x4.1»x > x4.1»y1	Valid
X4.2 Kesopanan karyawan	0,854	0,734	0,760	x4.2»x > x4.2»y1	Valid
X4.3 Pengetahuan karyawan	0,704	0,542	0,552	x4.3»x > x4.3»y1	Valid
X5.1 Kenyamanan wisatawan	0,741	0,648	0,694	x5.1»x > x5.1»y1	Valid
X5.2 Perhatian penuh	0,853	0,709	0,735	x5.2»x > x5.2»y1	Valid
Y1.1 Menginap kembali	0,722	0,914	0,601	y1.1»y1 > y1.1»y2	Valid
Y1 2 Mekomedasikan hotel	0,795	0,945	0,688	y1.2»y1 > y1.2»y2	Valid
Y1.3 Menceritakan hal positif	0,753	0,932	0,735	y1.3»y1 > y1.3»y2	Valid
Y2.1 Citra produk & layanan	0,766	0,670	0,888	y2.1»x1 > y2.1»x	Valid
Y2.2 Harapan &Pengalaman	0,744	0,480	0,768	y2.2»x1 > y2.2»x	Valid
Y2.4 Prilaku masyarakat	0,728	0,697	0,900	y2.4»x1 > y2.4»x	Valid

Sumber : Hasil Penelitian. 2016

c) Composite reliability

Untuk memastikan bahwa tidak ada masalah terkait pengukuran maka langkah terakhir dalam evaluasi *outer model* adalah menguji *unidimensionalitas* dari model. Uji *unidimensionality* ini dilakukan dengan menggunakan *composite reliability* dan *alpha cronbach*. Untuk kedua indikator titik cut off *value* adalah 0,7.

Tabel 6. Composite Reliability

Konstruk	Composite Reliability
X1 Kualitas pelayanan	0.957
Y1 Loyalitas wisatawan	0.951
Y2 Citra hotel	0.889

Sumber : Analisis Data 2016

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0.7. oleh karena itu tidak ditemukan permasalahan *unidimensionality* pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dan citra hotel melati di Kelurahan Seminyak.

2) Pengujian Inner model

a) Koefisien Determinisasi R<sup>2</sup> (R-Square)

Goodnes of fit pada PLS dapat diketahui dengan nilai Q2. Nilai Q2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinisasi (R-Square) dalam analisis regresi.

Tabel 7. R Square Model

Konstruk	R Square	R Square Adjusted
Y1 Loyalitas wisatawan	0,664	0,657

<b>Y2 Citra Hotel</b>	0,760	0,757
-----------------------	-------	-------

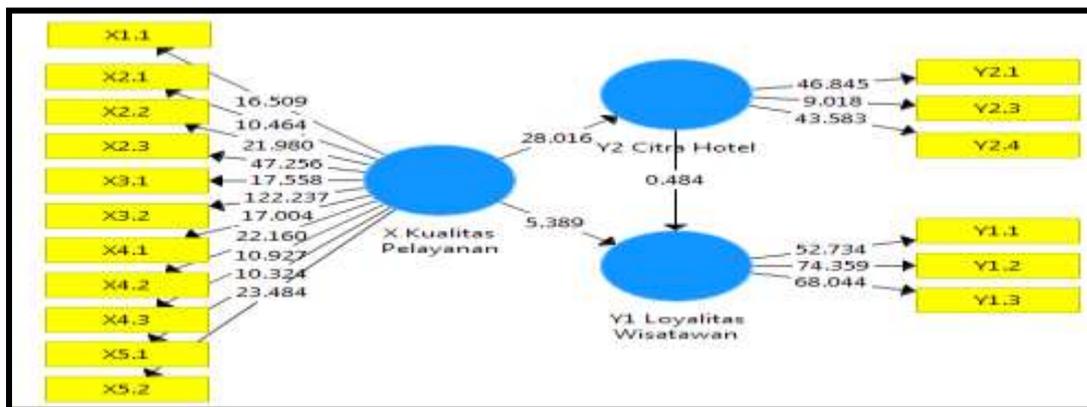
Sumber: Analisis Data 2016

Berdasarkan Tabel R Square dapat diketahui Q2 sebagai berikut :  $Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2) = 1 - (1 - 0.664) (1 - 0.760) = 0.91936 = 92$  persen artinya model dapat menjelaskan data sebesar 92 persen yang terdiri dari loyalitas sebesar 66 persen dan citra hotel sebesar 76 persen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

### 3) Pengujian Hipotesis

#### a) Koefisien t-Statistik

Untuk melakukan pengujian hipotesis dalam PLS SEM dapat dilakukan dengan menggunakan nilai t hitung ( $t_o$ ) dibandingkan dengan nilai t tabel ( $t_\alpha$ ). Nilai t-tabel dengan signifikansi 5 persen dan *degree of freedom* (DF) = jumlah data (n) - 2 yaitu  $100 - 2 = 98$  adalah 1.984 (t table) di bawah ini akan ditampilkan Gambar hasil hipotesis jalur sebagai berikut :



Gambar 4 Hasil Bootstrapping, Sumber : Analisis Data 2016

Berdasarkan Gambar 4.1 Nilai t-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan adalah  $5.389 > t$  tabel 1.984 ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas wisatawan menginap pada hotel melati di Kelurahan Seminyak. Nilai t-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra hotel adalah  $28.016 > t$  tabel 1.984, ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap citra hotel. Nilai t-statistik citra terhadap loyalitas wisatawan adalah  $0,489 < t$  tabel 1.984, ini menunjukkan bahwa peran citra hotel tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan menginap pada hotel melati di Kelurahan Seminyak .

## 2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Software SmartPLS 3.0 yaitu nilai t-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan adalah  $5.389 > t$  tabel 1.984 ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas wisatawan menginap pada hotel melati di Kelurahan Seminyak. Nilai t-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra hotel adalah  $28.016 > t$  tabel 1.984, ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap citra hotel. Nilai t-statistik citra terhadap loyalitas wisatawan adalah  $0,489 < t$  tabel 1.984, ini menunjukkan bahwa peran citra hotel tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan menginap pada hotel melati di Kelurahan Seminyak .

## Ucapan terima kasih

Atas bimbingan dan bantuan semua pihak dalam menyelesaikan jurnal ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. I Made Sendra, M.Si, selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
2. Ibu Ni Made Ariani, SE.,M.Par, selaku Ketua Program Studi Diploma IV Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.

3. Drs. IB. Ketut Astina, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi arahan selama perkuliahan sampai penyusunan Jurnal ilmiah ini.
4. Bapak Drs. I Nyoman Jamin Ariana, M.Par selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan Jurnal ilmiah ini.
5. Ibu Ni Ketut Arismayanti, SST.Par.,M.Par selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan Jurnal ilmiah ini.
6. Bapak Ngurah Oka Parmadi selaku Kepala Lurah Seminyak yang telah bersedia memberikan data dalam menyempurnakan Jurnal ilmiah ini.
7. Keluarga besar yang telah banyak memberikan motivasi serta bantuan moril kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman di Fakultas Pariwisata Universitas Udayana khususnya teman-teman angkatan 2012, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat kepada penulis.

#### **Daftar pustaka**

- Febri, Dwi. 2006. *Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Konsumen*. Jakarta
- Natthalia C. Theodesia. 2012. *Jurnal Hospitour: Persepsi Penggunaan Website terhadap Reputasi Hotel*. Volume III No. 2. 2 Oktober 2012. ISSN No. 2086-6348. Jakarta: Sekolah Tinggi Pelita Harapan.
- Sarwono, Jonathan & Umi Narimawati. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disetasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: indeks