

ANALISIS PENGARUH HUBUNGAN PELANGGAN, KINERJA PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL MY HOME DI PONTIANAK

Margareta Clara

e-mail: claramargareta13@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak. Populasi pada penelitian ini merupakan semua pengunjung yang pernah menginap di Hotel My Home. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria yang pernah menginap di Hotel My Home Pontianak lebih dari satu kali berdasarkan metode Slovin. Teknik analisis data berupa pengujian validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji F, dan uji t. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel serta menunjukkan satu dari variabel bebas tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat dan dua dari variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel hubungan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kinerja pelayanan dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Saran yang dapat diberikan untuk perkembangan adalah untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan serta mempertahankan kinerja pelayanan dan citra merek yang telah tertanam di benak pelanggan sehingga membuat pelanggan merasa puas.

KATA KUNCI: Hubungan Pelanggan, Kinerja Pelayanan, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan.

Latar Belakang Penelitian

Kota Pontianak sebagai ibukota provinsi Kalimantan Barat merupakan salah satu kota yang memiliki keanekaragaman budaya, suku dan agama di Indonesia. Keanekaragaman budaya, suku dan agama tersebut menciptakan tradisi yang cukup unik dan menarik minat wisatawan baik lokal atau mancanegara untuk mengunjungi kota Pontianak. Kondisi ini merupakan salah satu peluang bisnis untuk pengusaha yang bergerak dalam bidang yang berkaitan dengan pariwisata seperti perhotelan. Pengusaha perhotelan akan memanfaatkan kondisi ini untuk membangun sarana penginapan seperti hotel, *guesthouse* dan mess.

Saat ini, persaingan di bisnis perhotelan cukup ketat, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya hotel di kota Pontianak sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan dalam keputusan menginap. Setiap hotel harus memiliki nilai lebih untuk pelanggan sehingga pelanggan bersedia untuk menginap dan merasa kepuasan di hotel tersebut. Persaingan

yang ketat dapat menuntut pihak manajemen perhotelan untuk terus menjaga hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kinerja pelayanan, dan meningkatkan citra merek yang dimiliki oleh pihak perhotelan. Hal tersebut dapat meningkatkan ataupun mempertahankan keputusan pelanggan untuk menginap dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menjaga hubungan dengan pelanggan maka manajemen perhotelan perlu melakukan inovasi yang baru dengan menentukan strategi yang tepat dalam memilih konsep hubungan karena hal tersebut merupakan salah satu hal penting dalam membangun kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan dan mempengaruhi keputusan menginap pelanggan. Hotel dapat melakukan beberapa upaya untuk bertahan dalam persaingan yang ketat ini dengan cara memberikan informasi kepada pelanggan secara jelas dan spesifik berupa kualitas pelayanan, cara kerja atau keunikan pada hotel, serta kelebihan yang dimiliki oleh hotel.

Perkembangan perhotelan di Pontianak terus mengalami kemajuan yang signifikan, terlihat dari banyak pembangunan dan pembukaan hotel-hotel berbintang di kota Pontianak. Semua hotel berlomba-lomba memberikan yang terbaik dan memberikan kelebihan dan keunggulan pelayanan serta fasilitas masing-masing hotel.

Menjaga hubungan pelanggan merupakan suatu daya tarik tersendiri dalam mempertahankan seorang pelanggan di Hotel My Home Pontianak, karena baik atau tidaknya suatu hubungan dengan pelanggan di Hotel My Home Pontianak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berdampak pada keputusan untuk pelanggan menginap.

Hotel My Home juga harus memperhatikan dan meningkatkan kinerja pelayanan. Kinerja pelayanan yang baik kepada pelanggan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa di hotel tersebut.

Hotel My Home juga harus memperhatikan citra merek, karena citra merek merupakan asosiasi dan keyakinan pelanggan terhadap merek tertentu maka baik atau tidak suatu citra merek yang dimiliki oleh hotel akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hotel My Home Pontianak terus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan citra merek agar dapat menarik perhatian pelanggan supaya pelanggan tetap setia menggunakan produk dan layanan jasa hotel tersebut.

KAJIAN TEORI

1. Hubungan Pelanggan

Menurut Rahayu (2014;14) menyatakan hubungan pelanggan adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan pelanggan dengan tujuan membangun relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan untuk dapat membangun bisnis dan menciptakan kepuasan untuk pelanggan. Wijaya (2020: 13) menyatakan bahwa hubungan pelanggan merupakan cara perusahaan dalam membina hubungan baik dengan para pelanggan, dengan tujuan agar tetap terpelihara kesetiaan dan komitmen pelanggan perusahaan sehingga pelanggan tetap menggunakan produk perusahaan yang bersangkutan.

2. Kinerja Pelayanan

Menurut Sudarso (2016: 17) menyatakan bahwa kinerja pelayanan, apabila dikelola dengan tepat, maka akan berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kinerja pelayanan yang baik memberikan nilai lebih berupa motivasi bagi pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka waktu panjang dengan perusahaan. Sedangkan Wibowo (2012: 48) menyatakan bahwa kinerja pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap hasil pelayanan yang dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia jasa”. Firmansyah (2018: 40) menyatakan salah satu cara utama suatu pemasar untuk dapat membedakan dengan perusahaan lain adalah dengan cara konsisten memberikan kinerja pelayanan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Setiap pemasar harus sadar bahwa kinerja pelayanan yang luar biasa dapat memberikan keunggulan bersaing yang kuat. Sudaryono (2016: 33) mengemukakan bahwa terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kinerja pelayanan, yaitu dengarkan dan perhatikan pelanggan, tetapkan pelayanan terbaik, tetapkan ukuran dan kinerja standar, berikan perlindungan hak-hak karyawan, melatih karyawan untuk memberikan pelayanan yang istimewa dan berikan hadiah untuk pelayanan terbaik.

3. Citra Merek

Menurut Abubakar (2018: 35); “Merek adalah nama, istilah, symbol, desain, atau suatu kombinasinya, yang diharapkan dapat mengidentifikasi produk dari suatu perusahaan dan membedakan dari produk pesaing. Merek dapat menambahkan nilai suatu produk, sehingga merek merupakan suatu aspek yang hakiki dalam suatu

strategi produk. Oleh karena itu, banyak perusahaan tidak segan-segan untuk mengeluarkan biaya guna memperoleh merek yang baik dan menarik bagi produknya. Merek yang baik dapat mempertinggi nama dan citra perusahaan, dan menyederhanakan proses pengenalan dari produk-produk selanjutnya. Merek mempunyai kekuatan atau nilai yang berbeda dalam pasar, berhasil atau tidaknya suatu merek dapat dilihat dari sikap pelanggan terhadap merek tersebut". Menurut Adam (2018: 48); "Citra merek dapat mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam mengambil keputusan pembelian serta kepuasan dalam menggunakan produk".

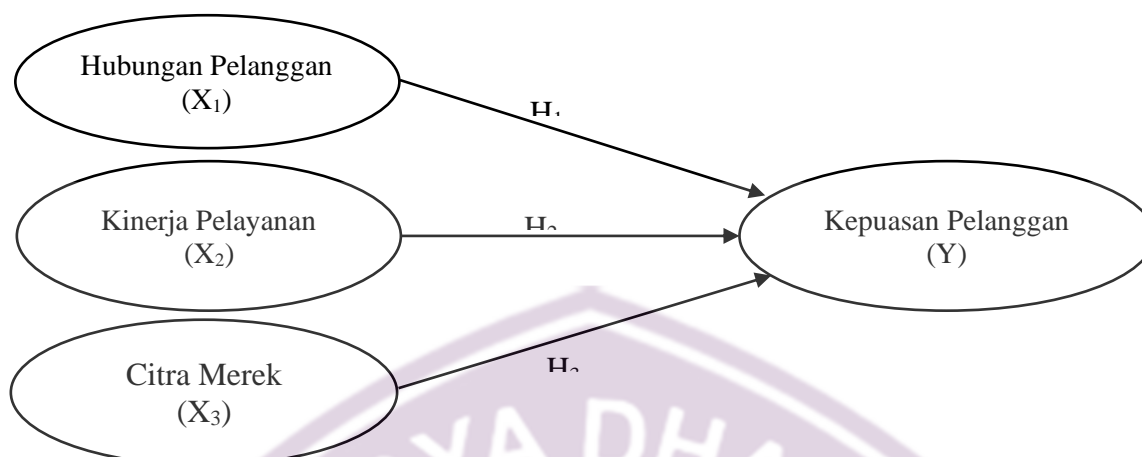
4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Shinta (2011: 11) menyatakan kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja produk dan jasa bila kinerja atau prestasi sesuai atau melebihi harapan, pelanggan merasa puas. Candrianto (2021: 77) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Pelanggan yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, maka besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sudaryono (2016: 78-79); "Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Pelanggan yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut".

HIPOTESIS PENELITIAN

- H₁: Variabel hubungan pelanggan tidak mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak.
- H₂: Variabel kinerja pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak.
- H₃ Variabel citra merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak.

GAMBAR 1
KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber: Data Olahan 2021

Berikut gambar Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan akan muncul ketika adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka pelanggan akan mencari informasi mengenai hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek yang diberikan oleh pihak perusahaan. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek yang dimiliki perusahaan. Dari berbagai informasi yang diperoleh pelanggan dalam melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia. Proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah pelanggan merasa puas atau tidak atas hubungan dengan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek yang diberikan oleh perusahaan karena kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Prasetyo, 2021: 20-21).

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausalitas. Penelitian kausalitas adalah hubungan yang bersifat sebab akibat yang terdiri dari variabel *independen* (variabel yang mempengaruhi) dan variabel *dependen* (variabel yang dipengaruhi).

Untuk penelitian ini populasi yang diambil adalah semua pengunjung yang menginap di Hotel My Home Pontianak yang berjumlah 5.170 orang berdasarkan data tahun 2020. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden dengan

menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis yaitu *Statistical Package for Spesial Sciences* atau yang dikenal dengan SPSS 22. SPSS adalah suatu program khusus dalam pengolahan data untuk analisis statistik.

TABEL 1
HASIL UJI STATISTIK

Keterangan	Hasil	Keterangan	Hasil
Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
Hubungan Pelanggan		Hubungan Pelanggan	
X1.1; X1.2; X1.3; X1.4	0,888; 0,879; 0,873; 0,881	Cronbach Alpha : 0,902	Reliabel
Kinerja Pelayanan		Kinerja Pelayanan	
X2.1; X2.2; X2.3; X2.4; X2.5	0,865; 0,894; 0,889; 0,902; 0,0770	Cronbach Alpha : 0,915	Reliabel
Citra Merek		Citra Merek	
X3.1; X3.2; X3.3; X3.4	0,851; 0,858; 0,889; 0,906	Cronbach Alpha : 0,902	Reliabel
Kepuasan Pelanggan		Kepuasan Pelanggan	
Y1.1; Y1.2; Y1.3	0,840; 0,767; 0,822	Cronbach Alpha : 0,736	Reliabel
Konklusi: Setiap butir pertanyaan mengenai hubungan pelanggan X1, kinerja pelayanan X2, citra merek X3 dan kepuasan pelanggan Y dinyatakan valid, karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,1966). Maka dapat di artikan penelitian ini layak untuk dilanjutkan.		Konklusi: Semua variabel dikatakan reliabel karena semua variabel memiliki <i>cronbach's alpha</i> yang lebih dari 0,60 Sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan karena variabel memiliki realibilitas.	
Uji Normalitas			
Asymp. Sig. (2-tailed)			
Konklusi: Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,180 yang di mana lebih besar dari batas kriteria pengujian 0,05. Maka dapat dikatakan data residual berdistribusi normal.			
Uji Multikolinieritas			
Hubungan Pelanggan: Nilai <i>Tolerance</i> (0,289) dan nilai VIF (3.461)			
Kinerja Pelayanan: Nilai <i>Tolerance</i> (0,174) dan nilai VIF (5.745)			
Citra Merek: Nilai <i>Tolerance</i> (0,213) dan nilai VIF (4.689)			
Konklusi: Nilai <i>Tolerance</i> yang dihasilkan lebih besar dari 0,10 dan VIF yang dihasilkan lebih kecil dari 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas antara semua variabel.			
Uji Heteroskedastisitas			
Nilai Sig. Hubungan Pelanggan: 0,729			
Nilai Sig. Kinerja Pelayanan: 0,127			
Nilai Sig. Citra Merek: 0,535			
Konklusi: Konklusi: Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, semua nilai sig. variabel berada diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak ada masalah Heterokedastisitas dalam penelitian ini.			
Uji Autokorelasi			
Durbin-Watson: 2.051 (DU<DW<4-DU(1.7364<2.051<2.2636)			
Konklusi: Nilai DW sebesar 2,051 yang berarti berada diantara DU = 1,7364 dan 4-DU = 2,2636 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tidak terjadi masalah Autokorelasi.			
Uji korelasi		Uji Koefisien Determinasi (R ²)	
Hubungan Pelanggan	0,742	R Square (%)	0,729
Kinerja Pelayanan	0,834		
Citra Merek	0,818		
Konklusi: Hasil uji korelasi seperti diatas, dapat disimpulkan bahwa korelasi dari Hubungan Pelanggan, Kinerja Pelayanan dan Citra Merek memiliki hubungan yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan.		Konklusi: Diketahui bahwa variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh 0,729 atau 72,90 persen	
Uji Regresi Linear Berganda		Uji F	
Hubungan Pelanggan	0,084	Fhitung	86.007
Kinerja Pelayanan	0,454	Sig	0,000b
Citra Merek	0,352	Konklusi: Variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	
Konklusi: Hasil analisis regresi tersebut dapat disajikan penjelasan persamaan regresi yaitu untuk koefisiensi b1 sebesar 0,084 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu skala pada Hubungan Pelanggan akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,084 pada kepuasan pelanggan. Untuk koefisiensi b2 sebesar 0,454 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu skala pada kinerja pelayanan akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,454 pada kepuasan pelanggan. Dan untuk koefisiensi b3 sebesar 0,352 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu skala pada citra merek akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.352.			

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan uji pada Tabel 1 dapat diketahui hasil uji validitas menunjukkan hasil perhitungan setiap butir pernyataan variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak dinyatakan valid karena nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ yaitu 0,1966 sehingga dapat dianalisis untuk lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, citra merek, dan kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yang artinya baik, sehingga dapat dikatakan konsep pengukuran pernyataan pada setiap variabel dari kuesioner layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

Hasil uji normalitas dengan N sebanyak 100 responden dan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) yang didapatkan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan nilai residual telah berkontribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai *VIF* pada variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek lebih kecil dari angka 10,00 yang artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi tersebut. Hasil uji autokorelasi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi karena nilai $DU \text{ sebesar } 1.7364 < \text{nilai } DW \text{ sebesar } 2.051 < 4 - DU \text{ sebesar } 2.2636$.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena pada nilai X_1 sebesar 0,729 lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan nilai X_2 sebesar 0,127 lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Kemudian nilai X_3 sebesar 0,535 lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji korelasi pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{dari tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar } 0,05$.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 0, 729 atau 72,90 persen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek berpengaruh 72,90 persen terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya 27,10 persen dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji Anova diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 86.007 $> F_{tabel}$ sebesar 2.70 maka terdapat pengaruh positif antara variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak dan nilai Signifikansi pada pengujian ini adalah 0,000

yang jauh lebih kecil dari tingkat kesalahan yang ditentukan yaitu 0,05. Berdasarkan nilai F dan nilai signifikansi yang diperoleh pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini lolos dalam pengujian model dan layak untuk diuji.

Peneliti menyajikan tabel mengenai hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti yang kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 22 sebagai berikut:

TABEL 2
HASIL UJI HIPOTESIS

Hipotesis	Uji t	Sig	Kesimpulan
H1: Tidak terdapat pengaruh positif antara hubungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan	847	0,399	Hubungan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya perusahaan harus lebih memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan karena semakin baik hubungan antara perusahaan dengan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
H2: Terdapat pengaruh positif antara kinerja pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	3.563	0,001	Kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.
H3: Terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan	3.059	0,003	Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya semakin baik citra merek yang diciptakan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan uji t pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil uji t pada hubungan pelanggan yaitu sebesar ($847 < 1,66023$) dengan tingkat signifikansi 0,399 yang lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hubungan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sehingga H_1 ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh rahayu (2014: 24) menyatakan bahwa hubungan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t pada kinerja pelayanan yaitu sebesar ($3.563 > 1.66023$) dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sehingga H_2 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristiyanti (2019: 23) yang menyatakan bahwa variabel kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t pada citra merek yaitu sebesar ($3.059 > 1.66023$) dengan tingkat signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sehingga H_3 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Subagja (2020: 122) yang menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak ditinjau dari variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel hubungan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kinerja pelayanan dan variabel citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak.
2. Implikasi pada penelitian ini diharapkan dapat memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan agar lebih baik, karena memperhatikan hubungan dengan pelanggan merupakan faktor penting bagi pelanggan merasa puas. Manajemen hotel juga disarankan mempertahankan kinerja pelayanan dan citra merek yang telah tertanam dibenak pelanggan.
3. Keterbatasan pada penelitian ini adalah nilai *R Square* sebesar 0,729. Hal ini menunjukkan bahwa variabel hubungan pelanggan, kinerja pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh sebesar 72,90 persen, sedangkan sisanya sebesar 27,10 persen adalah faktor lain atau variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, sebaiknya Hotel My Home Pontianak harus memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan agar lebih baik, karena memperhatikan hubungan dengan pelanggan yang lebih baik merupakan faktor penting bagi pelanggan merasa puas. Hasil penelitian responden berpendapat bahwa kinerja pelayanan dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel My Home Pontianak yang berarti kinerja pelayanan dan citra merek yang dirasakan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh responden. Hal ini perlu bagi manajemen hotel untuk

mempertahankan dan meningkatkan kinerja pelayanan dan citra merek agar kinerja pelayanan dan citra merek yang sudah melekat di benak responden tidak hilang seiring dengan berjalanya waktu.

2. Bagi peneliti berikutnya, pada penelitian ini masih belum dapat menggambarkan faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hotel My Home Pontianak karena masih terdapat faktor atau variabel lain diluar penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor atau variabel lain di luar penelitian ini, dengan mengombinasikan variabel yang terdapat dalam penelitian ini ataupun menambah variabel atau faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Alfabeta,
- Adam, Muhammad. 2018. *Manajemen Pemasaran jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta,
- Candrianto. 2021. *Kepuasan pelanggan*. Malang: Penerbit Cv Literasi Nusantara Abadi,
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Cv Budi Utama,
- Kristiyanti, Mariana. 2019. "Pengaruh Kinerja Pelayanan Jasa Keagenan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Pelayaran PT. PCP." *Meteor STIP Marunda* 12.2: 16-24.
- Prasetyo, Fikry Aji. 2021. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Wyndham Casablanca Jakarta." *Stein Erepository* 16.1: 15-31.
- Rahayu, Basuki Sri, and Endang Saryanti. 2014. "Pengaruh kualitas pelayanan, hubungan pelanggan dan citra perusahaan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah." *Advance* Vol. 1, no .2.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Penerbit Universitas Brawijaya Press.
- Subagja, Iwan Kurniawan, And Azis Hakim. 2020. "Pengaruh Kinerja layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Sandi Semarang." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8.3.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Penerbit Cv Budi Utama.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset.

Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Penerbit Perpustakaan Daerah.

Wijaya, Oscarius. 2020. *Strategi Manajemen*. Jaten: Penerbit Lakeisha,

