

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPERCAYAAN DI HOTEL GRASIA SEMARANG**

TESIS



**Disusun oleh:
SHAFIGH PAHLEVI LONTOH
NPM: 23610495**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PARIWISATA
INDONESIA (STIEPARI)
SEMARANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPERCAYAAN DI HOTEL GRASIA SEMARANG**

Diajukan Oleh:

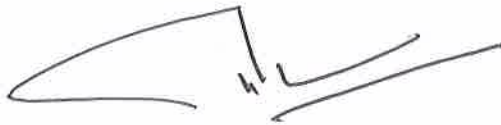
Shafigh Pahlevi Lontoh

NPM: 23610495

Telah disetujui oleh:

Pembimbing 1,

Pembimbing 2,



(Dr. Ir. Sapto Supriyanto, MM.)

NIDN. 624026601

Tanggal :



(Dr. Andhi Supriyadi, ST., SE., MM., MH.)

NIDN. 0623127001

Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN DI HOTEL GRASIA SEMARANG

Diajukan oleh:

Shafigh Pahlevi Lontoh

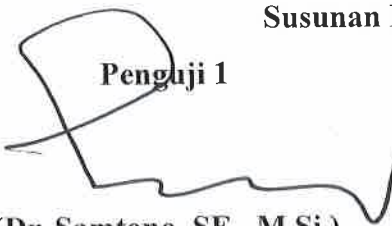
NPM: 23610495

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal :.....

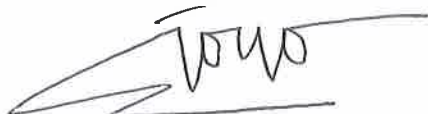
Susunan Dewan Penguji

Penguji 1



(Dr. Samtono, SE., M.Si.)

Penguji 2



(Dr. Hendrajaya, SE., MM., Akt)

Penguji 3



(Dr. Ir. Sapto Supriyanto, MM.)

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Magister Manajemen (M.M)

Tanggal.



(Hanick Listyorini, S.E., MBA.)
Ketua STIEPARI

PRAKATA

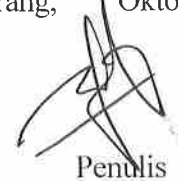
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth* dan Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepercayaan di Hotel Grasia Semarang” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang.

Selesainya Tesis ini tentu dengan bantuan banyak pihak yang dengan ikhlas membantu penulis dalam menyelesaikannya, Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Ibu Haniek Listyorini, S.E., MBA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang.
2. Dr. Apri Kuntariningsih, S.IP., M.Si. Selaku Ketua Program Studi S-2 Manajemen STIEPARI Semarang
3. Dr. Ir. Sapto Supriyanto, MM. selaku Dosen Pembimbing pertama
4. Dr. Andhi Supriyadi, ST., SE., MM., MH. selaku Dosen Pembimbing kedua.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Tenaga Kependidikan STIEPARI Semarang.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tesis ini berguna bagi banyak pihak yang membutuhkan. Saran dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan. Terima kasih.

Semarang, Oktober 2025



Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Shafigh Pahlevi Lontoh
NPM : 23610495
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pariwisata
Judul Tesis : Pengaruh *Word of Mouth* dan Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepercayaan di Hotel Grasia Semarang
Pembimbing : 1. Dr. Ir. Sapto Supriyanto, MM.
2. Dr. Andhi Supriyadi, ST., SE., MM., MH.

Adalah karya saya sendiri. Dalam karya ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tesis yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka gelar dan ijazah yang telah diberikan STIEPARI Semarang batal saya terima.

Semarang, Oktober 2025

Yang menyatakan,



Shafigh Pahlevi Lontoh

NPM. 23610495

Pengaruh *Word of Mouth* dan Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepercayaan di Hotel Grasia Semarang, 2025, Shafigh Pahlevi Lontoh, Sapto Supriyanto, Andhi Supriyadi

ABTSRAK

Hotel merupakan salah satu bentuk akomodasi memiliki peran penting dalam pertumbuhan industri pariwisata sebab bermanfaat sebagai tempat bermalam wisatawan selama melakukan wisata. Pesatnya perkembangan industri perhotelan menyebabkan persaingan yang ketat. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh 1) *Word of Mouth* dan Pelayanan terhadap Kepercayaan. 2) *Word of Mouth*, Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan. 3) *Word of Mouth* dan Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan dengan kepercayaan kerja sebagai mediator.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sejumlah 113 tamu yang menginap lebih dari sekali di Hotel Grasia Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden. Data diolah dengan bantuan program SPSS dan melakukan uji validitas dan reliabilitas sebagai uji instrumennya. Dilakukan juga uji hipotesa untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesa yang diajukan serta uji mediasi untuk mengetahui adanya fungsi mediasi dari variable kepercayaan

Dari hasil pengolahan data dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian ini. 1) Terdapat pengaruh *Word of Mouth* dan Pelayanan terhadap Kepercayaan pada tamu di Hotel Grasia Semarang. 2) Terdapat pengaruh *Word of Mouth*, Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan pada tamu di Hotel Grasia Semarang. 3) Terdapat pengaruh *Word of Mouth* dan Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan dengan Kepercayaan sebagai mediator pada tamu di Hotel Grasia Semarang. Hotel Grasia melalui media sosial menginformasikan adanya fasilitas menginap dan juga menjalankan aktivitas kerjanya, karyawan untuk lebih responsif memberikan layanan kepada pelanggan dan memberikan diskon harga pada penggunaan jasa tertentu seperti menginap minimal tiga malam

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Pelayanan, Kepercayaan, Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Hotels, as a form of accommodation, play a crucial role in the growth of the tourism industry, serving as overnight accommodations for tourists during their travels. The rapid development of the hotel industry has led to intense competition. This study aims to determine the influence of 1) Word of Mouth and Service on Trust; 2) Word of Mouth, Service, and Trust on Customer Loyalty; and 3) Word of Mouth and Service on Customer Loyalty, with work trust acting as a mediator.

This study employed a quantitative approach, with a sample of 113 guests who had stayed more than once at the Hotel Grasia Semarang. Data collection was conducted using a questionnaire distributed to respondents. The data were processed using SPSS software and tested for validity and reliability as instruments. Hypothesis testing was also conducted to determine whether the proposed hypotheses were accepted or rejected, and a mediation test to determine the mediating role of the trust variable.

From the data processing results, several conclusions can be drawn from this study. 1) There is an influence of Word of Mouth and Service on Trust among guests at the Hotel Grasia Semarang. 2) Word of mouth, service, and trust influence customer loyalty at Hotel Grasia Semarang. 3) Word of mouth and service influence customer loyalty, with trust acting as a mediator for guests at Hotel Grasia Semarang. Hotel Grasia, through social media, provides information about accommodations and its activities, encouraging employees to be more responsive in providing service to customers and offering discounts for certain services, such as a minimum three-night stay.

Keywords: *Word of mouth, service, trust, customer loyalty*

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	v
ABSTRAK/ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
BAB II	15
2.1 Kajian Teori.....	15
2.1.1. <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.2. Pelayanan	24
2.1.3. Kepercayaan.....	41
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	51
2.2 Penelitian Terdahulu.....	62
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	65
2.3.1. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Kepercayaan	65
2.3.2. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepercayaan	66
2.3.3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Loyalitas	68
2.3.4. Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
2.3.5. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ...	70
2.3.6. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan.....	72
2.3.7. Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan	73

2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis	77
BAB III METODE PENELITIAN	78
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	78
3.1.1. Jenis Penelitian	78
3.1.2. Desain Penelitian	78
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	79
3.2.1. Tempat Penelitian	79
3.2.2. Waktu Penelitian	79
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	79
3.3.1. Populasi	79
3.3.2. Sampel	80
3.4. Jenis dan Sumber Data	82
3.4.1. Jenis Data	82
3.4.2. Sumber Data	82
3.5. Teknik Pengumpulan Data	83
3.6. Variabel, Definisi Konsep dan Definisi Operasional	84
3.7. Uji Kelayakan Instrumen	87
3.7.1. Uji Validitas	87
3.7.2. Uji Reliabilitas	88
3.8. Teknik Analisis Data	89
3.8.1. Analisis Deskripsi	89
3.8.2. Analisis Regresi Berganda	90
3.8.3. Uji Model	91
3.8.4. Uji Hipotesis	92
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	95
4.1.1 Deskripsi Tempat Penelitian	95
4.1.2 Deskripsi Responden	97
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	101
4.1.4 Uji Kelayakan Instrumen	108
4.1.5 Analisi Regerasi Berganda	111
4.1.6 Uji Model	113

4.1.7 Uji Hipotesa	116
4.2 Pembahasan	121
4.2.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Kepercayaan Pelanggan ...	122
4.2.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	124
4.2.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	126
4.2.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	128
4.2.5 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	130
4.2.6 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi	132
4.2.7 Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan	134

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	136
5.2 Saran	137
5.3 Implikasi Penelitian	139
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Riset yang Akan Datang	140

DAFTAR PUSTAKA	141
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Tamu Hotel Grasia Semarang Tahun 2024.....	3
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	62
Tabel 3. 1	Jumlah Pelanggan yang Menginap Lebih dari 1 x di tahun 2024	80
Tabel 3.2	Variabel, Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	85
Tabel 3.3	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	93
Tabel 3.4	Jadwal Penelitian.....	94
Tabel 4.1	Jumlah Menginap Responden	97
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	98
Tabel 4.3	Umur Responden Responden	99
Tabel 4.4	Pendidikan terakhir Responden.....	99
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	100
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Word Of Mouth</i>	101
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan.....	103
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan.....	105
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.	107
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas	109
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	110
Tabel 4.12	Hasil Regresi Berganda <i>Word Of Mouth</i> dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan.....	111
Tabel 4.13	Hasil Regresi Berganda <i>Word Of Mouth</i> , Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	112
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinasi <i>Word Of Mouth</i> Dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan	113
Tabel 4.145	Hasil Koefisien Determinasi <i>Word Of Mouth</i> , Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	114
Tabel 4.16	Hasil Uji – F <i>Word Of Mouth</i> dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan	115

Tabel 4.17 Hasil Uji – F <i>Word Of Mouth</i> , Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	116
Tabel 4.18 Hasil Uji – t <i>Word Of Mouth</i> dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan	117
Tabel 4.19 Hasil Uji – t <i>Word Of Mouth</i> , Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Teoretis	77
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	78
Gambar 3. 2 Uji Mediasi.....	93
Gambar 4.1 Analisis Jalur Kepercayaan Sebagai Mediasi <i>Word Of Mouth</i> dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	147
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	152
Lampiran 3 Frekwensi Tabulasi Data	155
Lampiran 4 Tabel R Product Moment	167
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	169
Lampiran 6 Hasil Regresi Berganda	174
Lampiran 7 Identitas Responden	177
Lampiran 8 Lembar Konsultasi Pembimbing.....	180
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian.....	182
Lampiran 10 Biodata	184