

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,
PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA
PENGUNJUNG HOTEL BERBINTANG TIGA DI JAKARTA)**

MUTIARA BALQISH RAMADHINA

8215128248



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**THE IMPACT OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY,
PRICE PERCEPTION AND CUSTOMER SATISFACTION
TOWARD CUSTOMER LOYALTY (SURVEY ON VISITORS
OF THREE-STARS HOTEL IN JAKARTA)**

MUTIARA BALQISH RAMADHINA

8215128248



**Thesis is Written as One Of The Requirements For Getting Bachelor Degree
of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

ABSTRAK

MUTIARA BALQISH RAMADHINA. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengunjung Hotel Berbintang Tiga di Jakarta). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2016.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) menguji secara empiris pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan hotel berbintang tiga di Jakarta, (2) menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hotel berbintang tiga di Jakarta, (3) menguji secara empiris pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan hotel berbintang tiga di Jakarta, (4) menguji secara empiris pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan hotel berbintang tiga di Jakarta. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Objek penelitian ini ialah 200 responden yang sudah tiga kali mengunjungi hotel berbintang tiga di Jakarta selama kurun waktu satu tahun kebelakang. Pilot studi dilakukan kepada 50 orang responden. Analisis data menggunakan SPSS versi 22 dan SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS versi 22. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) persepsi harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (4) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai fit model dengan P sebesar 0.340, nilai CMIN/DF sebesar 1.072, nilai TLI sebesar 0.994 CFI sebesar 0.995 dan nilai RMSEA sebesar 0.019. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan hotel berbintang tiga di Jakarta, untuk membuat strategi yang lebih baik dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada pengunjung hotel berbintang tiga di Jakarta.

Kata kunci: citra merek, kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

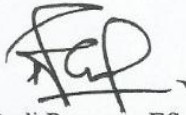
MUTIARA BALQISH RAMADHINA. The Impact of Brand Image, Service Quality, Price Perception, and Customer Satisfaction to Customer Loyalty (Survey on Visitors of Three Star Hotel in Jakarta). Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta in 2016.

The purpose of this research are to: (1) examine empirically the effect of brand image to customer loyalty on three-star hotel in Jakarta, (2) examine empirically the impact of service quality to customer loyalty on three-star hotel in Jakarta, (3) examine empirically the impact of the price perception to customer loyalty on three-star hotel in Jakarta, (4) examine empirically the effect of customer satisfaction to customer loyalty on three-star hotels in Jakarta. This research used survey methods for collecting data. The object of this research is 200 respondents who had visited three-star hotel in Jakarta thrice for a period of one year backward. Pilot research were conducted to 50 respondents. This research used SPSS software version 22 and SEM (Structural Equation Modeling) AMOS version 22 for data analysis. Hypothesis testing showed that: (1) the brand image has a positive effect and significance on customer loyalty, (2) the service quality has not significance effect on customer loyalty, (3) the price perception has not significance effect on customer loyalty, (4) the customer satisfaction has a positive effect and significance on customer loyalty. This research showed fit model value with a P value of 0.340, the value CMIN/DF of 1.072, TLI value for 0.994 and CFI value for 0.995, also RMSEA value of 0.019. The results of this research beneficial to three-star hotel companies in Jakarta, to create better strategies in enhancing customer loyalty to the visitors of three star hotels in Jakarta.

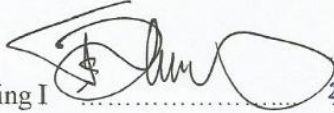
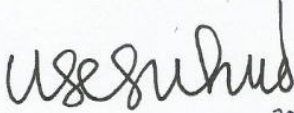
Keywords: brand image, service quality, price perception, customer satisfaction, customer loyalty

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		24-06-2016
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Sekretaris		21-06-2016
3. <u>M. Edo S Siregar, SE, M.BA</u> NIP. 19720125 200212 1 002	Penguji Ahli		22-06-2016
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		20-06-2016
5. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Pembimbing II		20-06-2016

Tanggal Lulus: 16 Juni 2016

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dalam kemudia hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Juni 2016

Yang membuat Pernyataan



Mutiara Balqish Ramadhina

NIM. 8215128248

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, dan tak lupa kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan, sehingga atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengunjung Hotel Berbintang Tiga di Jakarta).”**

Dalam penyelesaian skripsi ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi tersebut. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak Usep Suhud, M.Si, Ph.D., selaku dosen pembimbing II.
3. Bapak M. Edo S. Siregar, S.E, M.BA., dan Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Dr. Dedi Purwana ES., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

6. Para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti melaksanakan studi.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada Ayahanda Ahmad Maburr dan Almarhumah Ibunda Siti Masitah, SE., selaku orang tua peneliti, serta Adik tercinta Mawar Safhira Nadhila yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Para sahabat, orang terdekat, dan teman seperjuangan yaitu M Ghufroon Syahputra, Melliawati, Risna Nurfarhanah, Meiliana Wahida, Juwita Rahmadona, Hana Indriyani, Widya Indhira, Adilla Tiar, Anisaa Chandra, Rahmat Ardiva, dan Fedry Tiasmana yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman jurusan Manajemen Non Reguler B 2012 dan Manajemen Pemasaran 2012 yang sama-sama berjuang dan memberikan dukungan kepada peneliti.
10. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) khususnya Rahmi Amalia dan Dian Riesty yang memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan rasa terimakasih peneliti atas kebaikan yang telah Anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juni 2016

Mutiara Balqish Ramadhina