

**PENGARUH *HOTEL IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION MELALUI *HOTEL QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE PADA HOTEL SHERATON
DI SURABAYA**



**OLEH:
DIAN CHRIS WILIANTO
3103012283**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *HOTEL IMAGE* TERHADAP CUSTOMER
SATISFACTION MELALUI *HOTEL QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE PADA HOTEL SHERATON
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:
DIAN CHRIS WILianto
3103012283

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *HOTEL IMAGE* TERHADAP CUSTOMER
SATISFACTION MELALUI *HOTEL QUALITY* dan
PERCEIVED VALUE PADA HOTEL SHERATON
DI SURABAYA**

Oleh:

DIAN CHRIS WILIANTO

3103012283

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

Tanggal: 13 Januari 2016

Pembimbing II,



Robertus Sigit H, SE. M.Sc

Tanggal: 14 Januari 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Dian Chris Wilianto NRP 3103012283 Telah diuji pada tanggal 27 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

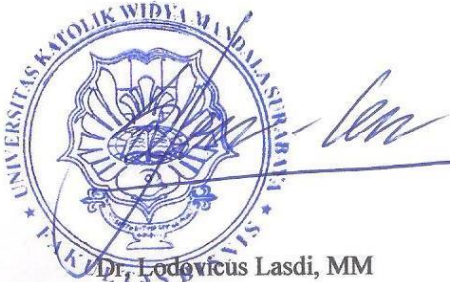


Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP)
NIK.311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SERUBI
F.A.K. S.E. S.T.S.
Dr. Ludovicus Lasdi, MM

NIK.321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama :Dian Chris Wilianto

NRP :3103012283

Judul Skripsi :Pengaruh *Hotel image* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Hotel Quality* dan *Perceived Value* pada Hotel Sheraton di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2016



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia dan penyertaanNya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Hotel image* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Hotel Quality* dan *Perceived Value* pada Hotel Sheraton di Surabaya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi.Selain itu, melalui skripsi ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua pihak yang berkaitan terutama kepada para pelaku industri perhotelandalam meningkatkan fungsi manajemen pemasarannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tak lepas dari usaha, bimbingan, saran, kritik, dukungan dan bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kepada Mama dan Papa tercinta beserta saudara-saudara yang telah memberikan doa, saran, kritik, dukungan semangat, dan bantuan baik secara moral maupun material kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing Iyang telah memberikan banyak dukungan dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat

kepada penulis dari awal hingga akhir sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis dari awal hingga akhir sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen UKWMS yang telah membimbing selama proses perkuliahan dan kelancaran penulisan Tugas Akhir ini.
7. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu membantu, menyemangati dan memotivasi serta mendukung penuh, Monica Sylvia, Hagi Pranata, Agatha Audiana, Yenny Edison, dan seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis menerima dengan baik segala saran dan kritik agar penulisan Tugas Akhir ini menjadi sempurna. Semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Surabaya, 14 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Pengaruh Antar Variabel	28
2.4 Model Penelitian	33
2.5 Hipotesis Penelitian	34
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	35

3.2	Identifikasi Variabel.....	35
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	37
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	38
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.8	Teknik Analisis Data.....	39
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.2	Analisis Data.....	48
4.3	Pembahasan.....	58
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	66
5.2.	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 15
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menginap di Hotel Sekelas Hotel Sheraton Dalam 1 Bulan Terakhir ... 44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menginap di Hotel Sheraton Surabaya Dalam 1 Bulan Terakhir 44
Tabel 4.4	Interval Rata-Rata Skor 45
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Hotel Image</i> (X)..... 45
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Hotel Quality</i> (Y_1) 46
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (Y_2)..... 47
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y_3). 47
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas 49
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas 49
Tabel 4.11	<i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i> 52
Tabel 4.12	<i>Test of Multivariate Normality for ContinousVariables...</i> 52
Tabel 4.13	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model 53
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis 56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Konseptual	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2A. Karakteristik Responden
- Lampiran 2B. Jawaban Responden untuk *Hotel Image*
- Lampiran 2C. Jawaban Responden untuk *Hotel Quality*
- Lampiran 2D. Jawaban Responden untuk *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction*
- Lampiran 3. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output SEM
- Lampiran 7. Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *hotel image* terhadap *customer satisfaction* melalui *hotel quality* dan *perceived value* pada Hotel Sheraton di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis *structural equation modeling* untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian melalui program LISREL 8.70.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hotel image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *hotel quality* dan *perceived value*. Kemudian *hotel quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived value*. Selain itu *hotel image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *hotel quality* dan *perceived value* pada Hotel Sheraton di Surabaya.

Saran yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Hotel Sheraton Surabaya harus menjaga *image* baik dengan meningkatkan kualitas dan *perceived value*. Hotel Sheraton Surabaya diharapkan membuat strategi promosi yang menarik untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Hotel Image, Hotel Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the hotel image to customer satisfaction through quality and perceived value at the Sheraton Hotel in Surabaya. This research was conducted by distributing questionnaires as primary data. The number of respondents in this research consisted of 150 people, which is then analyzed using the methods of structural equation modeling analysis to determine the effect between the variables through LISREL8.70 program.

Results from the study showed that the hotel image has a significant influence on the hotel quality and perceived value. Then, hotel quality have a significant influence on the perceived value. Lastly, the hotel image has a significant influence on customer satisfaction through hotel quality and perceived value hotel at the Sheraton Hotel in Surabaya.

Suggestions in this research that the Sheraton Hotel Surabaya have to keep a good image by improving the quality and perceived value. Sheraton Hotel Surabaya is expected to create an attractive promotional strategy to increase customer satisfaction.

Keywords: Hotel Image, Hotel Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction