

**PENGARUH *STAFF BEHAVIOR*, *SELF IMAGE*
CONGRUENCE, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *BRAND*
LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA HOTEL
MERCURE DI SURABAYA**



OLEH :
AGATHA AUDIANA SOESILO
3103012133

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PENGARUH *STAFF BEHAVIOR*, *SELF IMAGE CONGRUENCE*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA HOTEL MERCURE
DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
AGATHA AUDIANA SOESILO
3103012133

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *STAFF BEHAVIOR*, *SELF IMAGE CONGRUENCE*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA HOTEL MERCURE
SURABAYA

OLEH:

AGATHA AUDIANA SOESILO

3103012133

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



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

Tanggal: 15 Januari 2016

Dosen Pembimbing II,



Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,MSc

Tanggal: 15 Januari 2016

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agatha Audiana Soesilo

NRP : 3103012133

Judul Skripsi : *PENGARUH STAFF BEHAVIOR, SELF IMAGE CONGRUENCE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA HOTEL MERCURE SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.



HALAMAN PENGESAHAN

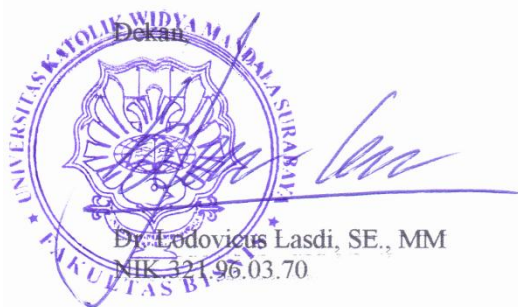
Skripsi yang ditulis oleh: Agatha Audiana Soesilo, NRP. 3103012133. Telah diuji pada Tanggal 27 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



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

Mengetahui:



Dekan
Dr. Ludovicus Lasdi, SE., MM
NIK 321.96.03.70

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK.311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Manajemen. Selain itu, melalui skripsi ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua pihak yang berkaitan terutama kepada para pelaku industri perhotelan dalam meningkatkan fungsi manajemennya..

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, bimbingan, saran, kritik, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM (AP) selaku dosen pembimbing 1 yang telah rela meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dengan sabar serta saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing II yang rela meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan sabar serta memberikan arahan dan dukungan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Bapak Hendro Susanto, SE., MM yang rela memberikan waktu dan arahan yang berguna bagi penulis sebagai dosen pembimbing kegiatan lomba yang diikuti penulis.
6. Papa dan mama (alm) tercinta, serta saudara-saudaraku yang telah memberikan banyak dukungan baik perhatian, dukungan, doa, dukungan secara materi dan moril dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan penuh, Hagi Pranata, Monica Sylvia Handiwijaya, Dian Chris Wilianto, Yenny Edison Tamara, Jonny, dan Fenska C Tandra.
8. Keluarga besar Kelompok Studi Manajemen dan Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen yang selalu mendukung dan memberikan motivasi dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis akan menerima dengan baik segala saran dan kritik yang diberikan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 15 Januari 2016



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN	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. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	14
2.3. Hubungan Antar Variabel	29
2.4. Model Penelitian	35
2.4. Hipotesis Penelitian	36

BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	37
3.2. Identifikasi Variabel	37
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5. Skala Pengukuran Data.....	41
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	42
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.8. Teknik Analisis Data	43
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden.....	47
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	49
4.3. Analisis Data.....	54
4.4. Pembahasan	66
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	80
5.2. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1.	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	12
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	47
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden	48
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden	48
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden	49
Tabel 4.5.	Interval Rata-rata Skor	49
Tabel 4.6.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Staff Behavior</i> (SB)	50
Tabel 4.7.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Self Image Congruence</i> (SIC)	50
Tabel 4.8.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> (BA)	51
Tabel 4.9.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (CS) .	52
Tabel 4.10.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> (BL)	53
Tabel 4.11.	<i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i>	55
Tabel 4.12.	<i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i>	56
Tabel 4.13.	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	56
Tabel 4.14.	Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.15.	Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.16.	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji SEM (*Structural Equation Modeling*)
- Lampiran 7. Gambar *Estimates*
- Lampiran 8. Gambar *Standardized Solution*
- Lampiran 9. Gambar *t-value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *staff behavior*, *self image congruence*, dan *brand awareness* terhadap *customer Satisfaction*, yang kemudian memicu terciptanya *brand loyalty* pada Hotel Mercure Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer. Responden pada 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 dari penelitian menunjukkan bahwa *staff behavior*, *self image congruence*, dan *brand awareness* memberikan pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* yang dirasakan pelanggan Hotel Mercure Surabaya. Kemudian dari kepuasan yang dirasakan tersebut, terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terciptanya loyalitas merek di Hotel Mercure di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disarankan pada penelitian selanjutnya tentang loyalitas konsumen di industri perhotelan diharapkan untuk memperoleh responden dengan jumlah yang lebih besar dan dengan mengeksplorasi pengaruh variabel lain yang mempengaruhi (misalnya *experiential marketing*) sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih optimal. Disarankan pada manajemen Hotel Mercure Surabaya untuk tetap mempertahankan atau bahkan meningkatkan kepuasan konsumen

Kata kunci: *Staff Behavior, Self Image Congruence, Brand Awareness, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.*

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of staff behavior, self-image congruence, and brand awareness to customer Satisfaction, which in can create brand loyalty for the Hotel Mercure Surabaya. This research was conducted by distributing questionnaires as the primary data. Respondents in this study amounted to 150 people, which is then analyzed using the methods of structural equation modeling analysis to determine the effect between the variables through LISREL 8.70 program.

Results from the study showed that staff behavior, self-image congruence, and brand awareness have a significant influence toward customer satisfaction Hotel Mercure Surabaya. Then from the customer satisfaction, proved to have a significant influence toward the creation of brand loyalty in the Hotel Mercure Surabaya.

Based on the results of research conducted, it is advisable in future studies on consumer loyalty in the hospitality industry is expected to obtain the respondents with larger quantities and by exploring the influence of other variables that affect (eg experiential marketing) so that the results can be optimized. Overall, it can be concluded customers are satisfied with the Hotel Mercure Surabaya, so it is advisable at Mercure Surabaya Hotel management to maintain or even improve customer satisfaction

Keywords: Staff Behavior, Self Image Congruence, Brand Awareness, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.