

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION PADA
HOTEL SANTIKA PREMIERE
GUBENG SURABAYA**



**OLEH:
ELIZABETH KUSUMA
3103013087**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2017**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION PADA
**HOTEL SANTIKA PREMIERE
GUBENG SURABAYA****

SKRIPSI

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

Oleh:

ELIZABETH KUSUMA

3103013087

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

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION PADA
HOTEL SANTIKA PREMIERE
GUBENG SURABAYA**

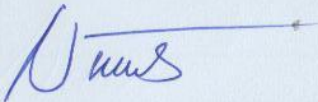
Oleh:

ELIZABETH KUSUMA

3103013087

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

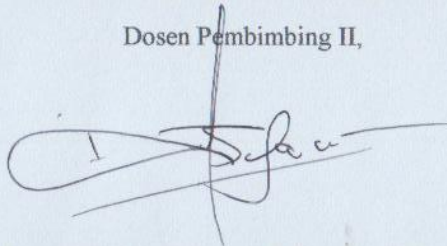
Dosen Pembimbing I,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.

Tanggal: 10-1-2017

Dosen Pembimbing II,



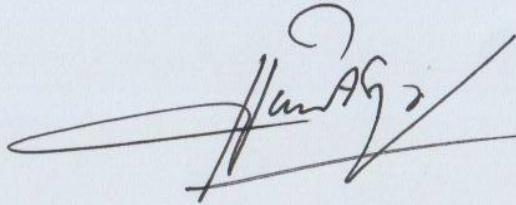
A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si.

Tanggal: 6 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Elizabeth Kusuma, NRP 3103013087 telah diuji pada tanggal 25 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Prof. Dr. Drs. Ec. Teman Koesmono, MM.

NIK. 311.87.0134

Mengetahui:

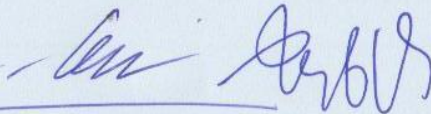


Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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 : Elizabeth Kusuma

NRP : 3103013087

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Value* Terhadap *Behavioural Intention* Pada Hotel Santika Premiere Gubeng 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 apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 3 Januari 2017

Yang menyatakan,



Elizabeth Kusuma

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan senang hati akan menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA 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 Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM selaku dosen pembimbing I Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan semangat, bimbingan, dan nasihat yang bijaksana bagi penulis, sehingga penulisan skripsi ini berjalan lancar.
4. Bapak A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan semangat, bimbingan, dan nasihat yang bijaksana

bagi penulis, sehingga penulisan skripsi ini berjalan lancar.

5. Keluargaku tercinta, Papa dan Mama yang tidak pernah lelah dalam memberikan semangat dan doa yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat berjuang hingga titik akhir untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kekasihku tercinta, Gerry Glendy Kambey dan kedua temanku Jaqualine Fajaring Marchylia dan Ravensca Maria Luhulima yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan nasihat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari, bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Surabaya, 3 Januari 2017

Elizabeth Kusuma

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Brand Image</i>	10
2.2.2 <i>Perceived Quality</i>	11
2.2.3 <i>Perceived Value</i>	13
2.2.4 <i>Behavioural Intention</i>	15

2.3	Hubungan Antar Variabel	17
	1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Perceived Value</i> ...	17
	2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	17
	3. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	18
	4. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	19
	5. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	19
2.4	Kerangka Penelitian.....	20
2.5	Hipotesis	21
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	22
3.1	Jenis Penelitian	22
3.2	Identifikasi Variabel	22
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	22
	3.3.1 <i>Brand Image</i> (BI).....	22
	3.3.2 <i>Perceived Quality</i> (PQ)	23
	3.3.3 <i>Perceived Value</i> (PV).....	23
	3.3.4 <i>Behavioural Intention</i> (BHI).....	24
3.4	Pengukuran Variabel	24
3.5	Data dan Sumber Data	25
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
	3.7.1 Populasi.....	26
	3.7.2 Sampel.....	26
	3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.8	Teknik Analisis Data	27
	3.8.1 Uji Normalitas	27

3.8.2 Uji Validitas.....	28
3.8.3 Uji Reliabilitas	28
3.8.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	28
3.8.5 Pengujian Hipotesis	30
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Deskripsi Data.....	31
4.1.1 Karakteristik Responden Penelitian	31
4.1.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	34
1. <i>Brand Image</i>	35
2. <i>Perceived Quality</i>	35
3. <i>Perceived Value</i>	37
4. <i>Behavioural Intention</i>	38
4.2 Pengujian Data	39
4.2.1 Uji Normalitas	39
4.2.2 Uji Validitas	40
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	41
4.2.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	42
4.3 Persamaan Struktural	43
4.4 Pengujian Hipotesis	44
4.5 Pembahasan.....	46
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	46
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	47
4.5.3 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	48
4.5.4 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	49

4.5.5	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioural Intention</i>	51
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Simpulan	53
5.2	Saran	55
5.2.1	Saran Akademis	55
5.2.2	Saran Praktis	56
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 11 Hotel Terbaik di Surabaya Versi hotelvilla.org Tahun 2016.....	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	8
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan....	33
Tabel 4.5 Interval Rata-Rata Variabel Penelitian	34
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	35
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i>	36
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	37
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Behavioural Intention</i>	38
Tabel 4.10 Pengujian <i>Univariate & Multivariate Normality</i>	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner	41
Tabel 4.12 <i>Construct Reliability</i> Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4.13 Pengujian <i>Model Fit</i>	43
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Lima Hipotesis Penelitian	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4.1 Persamaan Struktural.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3a. Jawaban Responden Tentang Variabel BI dan PQ
- Lampiran 3b. Jawaban Responden Tentang Variabel PV dan BHI
- Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. *Output SEM*
- Lampiran 8. *Path Diagram*

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION PADA
HOTEL SANTIKA PREMIERE
GUBENG SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *perceived quality*, dan *perceived value* terhadap *behavioural intention* pada Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Tiap responden tersebut merupakan individu yang pernah menginap di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya. Data dikumpulkan melalui alat bantu kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *structural equation model* menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *perceived value*, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. *Perceived quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *perceived value*, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*, dan *perceived value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Behavioural Intention*

**THE IMPACT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY,
AND PERCEIVED VALUE ON BEHAVIOURAL
INTENTION IN SANTIKA PREMIERE
HOTEL GUBENG SURABAYA**

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the impact of brand image, perceived quality, and perceived value on behavioural intention in Santika Premiere Hotel Gubeng Surabaya. This study is a causal research. The sampling technique used in this study is a purposive sampling, with a total sample of 150 respondents. Each respondent is an individual who stayed in Santika Premiere Hotel Gubeng Surabaya. Data were collected by questionnaire and further processed by structural equation model analysis techniques using LISREL programs.

The result of this study shows that brand image have positive impact and significant to perceived value, but no significant impact to behavioural intention. Perceived quality have positive impact and significant to perceived value, but no significant impact to behavioural intention, and perceived value have positive impact and significant to behavioural intention.

Keyword: Brand Image, Perceived Quality, Perceived Value, Behavioural Intention