

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KUALITAS LAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL DI
SURABAYA
(Studi kasus Hotel G-Suites dan Hotel NEO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

ANGGIA CHRIS INDRIANA
NIM : 2013210687

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KUALITAS LAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL DI
SURABAYA
(Studi kasus Hotel G-Suites dan Hotel NEO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

ANGGIA CHRIS INDRIANA
NIM : 2013210687

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KUALITAS LAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL DI
SURABAYA
(Studi kasus Hotel G-Suites dan Hotel NEO)**

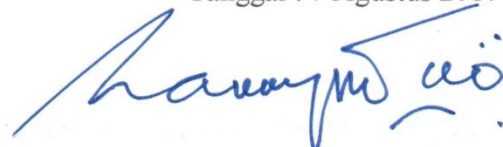
Diajukan oleh :

ANGGIA CHRIS INDRIANA

NIM : 2013210687

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 7 Agustus 2017



(Drs. Harry Widyanoro M.Si)

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KUALITAS LAYANAN,
KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL DI
SURABAYA
(Studi kasus Hotel G-Suites dan Hotel NEO)**

Disusun oleh :

ANGGIA CHRIS INDRIANA

NIM : 2013210687

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 7 Agustus 2017

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M** 

Sekretaris : **Drs.Ec. Harry Widiantoro, M.Si.** 

Anggota : **Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.** 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anggia Chris Indriana
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 10 November 1994
NIM : 2013210687
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Kualitas Layanan,
Kepercayaan Merek, Kualitas Yang Dirasa,
Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Di Surabaya
(Studi Kasus Hotel G-Suites Dan Hotel Neo)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal :



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)



(Drs. Harry Widyantoro M.Si)

HALAMAN MOTTO

**Don't try to be same,
but be better**

**JANGAN MENCOBA UNTUK MENJADI SAMA,
tetapi jadilah lebih baik**



HALAMAN PERSEMBAHAN

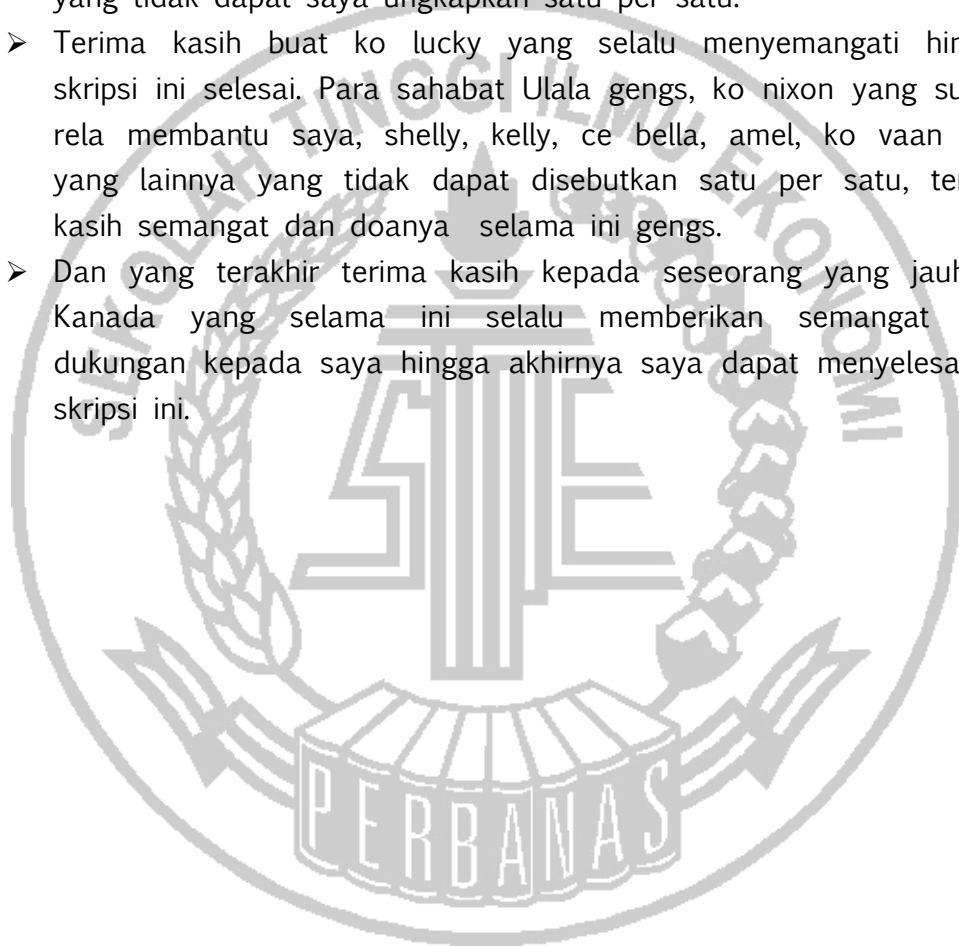
Puji dan syukur kepada Allah SWT karena limpahan berkat dan rahmat-Nya telah memberikan kesehatan, perlindungan, kelancaran, kemudahan, dan segalanya dalam hidup ini. Syukur Alhamdulillah Engkau telah memberikan kesempatan ini dan Engkau kabulkan doa hamba, sehingga bisa menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu dan sesuai dengan apa yang saya harapkan. Meskipun pada awalnya cukup banyak masalah yang membuat sedikit patah semangat. Dorongan dari orang terdekat membuat saya bangkit untuk menyelesaikan skripsi hingga menjadi kitab kuning.

Dalam penulisan skripsi ini begitu banyak dukungan, bantuan dan doa yang saya peroleh, oleh karena itu saya ucapkan banyak terima kasih dan saya persembahkan karya sederhana ini untuk :

- Terima kasih banyak kepada ibu dan bapak yang tiada hentinya memberikan semangat, doa, serta dukungan dengan tulus untuk chaca. Terima kasih juga kepada kakak saya Johan, kakak ipar saya Yosi, dan si cantik Kimora yang tiada hentinya memberikan semangat, dorongan, motivasi untuk chaca. Maaf kalau selama ini chaca bandel, nakal, dan merepotkan, chaca sayang kalian semua.
- Terima kasih banyak untuk bapak Harry Widyantoro yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi arahan kepada saya hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan tuntas, maaf jika selama bimbingan saya banyak merepotkan bapak.
- Terima kasih untuk kakak-kakak seniorku tersayang kak Tata, mbak Ega, mas Teddy, dan mas Henry, terimakasih atas bantuan, semangat, doa, dan dorongan dari kalian semuanya. Tanpa kalian semua aku mah apa atuh hehehe
- Terima kasih untuk adek-adek terbaik sedunia nuppy, oky, dan mido, Terima kasih uda selalu bantu dan support cece selama ini.
- Terima kasih untuk teman seperjuangan Mr. Harry gengs (sugiono,dodo,ghoni) terima kasih sudah saling membantu dan support selama ini, semoga kita sukses kawan.
- Terima kasih untuk sahabat kecil saya Febri yang berada di belahan bumi berbeda, meskipun jarang banget ketemu kamu

selalu memberikan semangat ketika aku mulai putus asa, selalu sabar dan tidak pernah marah ketika aku memerlukan bantuan, thanks and I love you ndel

- Terima kasih untuk para sahabat-sahabat tercinta Putri Khoiriyawati yang menemani berjuang selama 4 th ini, gita dan puput yang selalu ada ketika aku membutuhkan bantuan kalian, dan para teman-teman kos mbak tia, mbak khusnul, jupe dan semuanya yang tidak dapat saya ungkapkan satu per satu.
- Terima kasih buat ko lucky yang selalu menyemangati hingga skripsi ini selesai. Para sahabat Ulala gengs, ko nixon yang sudah rela membantu saya, shelly, kelly, ce bella, amel, ko vaan dan yang lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih semangat dan doanya selama ini gengs.
- Dan yang terakhir terima kasih kepada seseorang yang jauh di Kanada yang selama ini selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan lindungan dan limpah rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Nilai yang Dirasa, Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Kualitas yang Dirasa terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel di Surabaya (Studi kasus Hotel G-Suites dan Hotel NEO)”**

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan pihak-pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini, penulius ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Bapak Dr. Lutfi, S.E, M.fin** selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. **Bapak Drs. Harry Widyanoro M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dengan sabar untuk memberikan bimbingan, masukan dan arahan kepada penulis dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. **Ibu Dr. Muazaroh, S.E, M.T** selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan petunjuk dalam penyusunan skripsi.
4. **Ibu Tjahjani Prawitowati** selaku dosen wali yang telah mengarahkan selama proses belajar di STIE Perbanas Surabaya
5. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah membantu dan mengarahkan selama proses skripsi berlangsung.

6. Bapak dan ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang telah mengarahkan dan membantu selama proses studi.

7. Seluruh Staff Administrasi STIE Perbanas Surabaya yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Demikian sebuah pengantar sederhana dari penulis, semoga skripsi ini berkesan dan memberi manfaat bagi pembaca.



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------------------------------------|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI..... | ii |
| HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| ABSTRAK/RINGKASAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2. Landasan Teori | 18 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 28 |
| 2.4. Hipotesis Penelitian | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 31 |
| 3.2. Batasan Penelitian | 32 |
| 3.3. Identifikasi Variabel | 32 |
| 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 33 |
| 3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 41 |
| 3.6. Instrumen Penelitian | 43 |
| 3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data..... | 46 |
| 3.8. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian | 47 |
| 3.9. Teknik Analisis Data | 48 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 4.1. Gambaran Umum | 55 |
| 4.2. Deskripsi Data Responden..... | 55 |
| 4.3. Analisis Data | 57 |
| 4.4. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian..... | 60 |
| 4.5. Analisis Data | 66 |
| 4.6. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian..... | 82 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 4.7. Analisis Data | 88 |
| 4.8. Pembahasan | 101 |
| BAB V PENUTUP | 110 |
| 5.1. Kesimpulan | 110 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian | 113 |
| 5.3. Saran | 113 |
| DAFTAR RUJUKAN | |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Saat Ini | 17 |
| Tabel 3.1 : Skala <i>Likert</i> | 41 |
| Tabel 3.2 : Matrix Kisi-Kisi Kuesioner | 43 |
| Tabel 3.3 : Tabel Durbin Watson | 50 |
| Tabel 4.1 : Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 56 |
| Tabel 4.2 : Data Responden Berdasarkan Pekerjaan | 57 |
| Tabel 4.3 : Data Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil Hotel G-Suites | 59 |
| Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil (Hotel G-Suites) | 60 |
| Tabel 4.6 : Kategori Mean Masing-Masing Variabel | 61 |
| Tabel 4.7 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Yang Dirasa | 62 |
| Tabel 4.8 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan | 63 |
| Tabel 4.9 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek | 64 |
| Tabel 4.10 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas yang Dirasa | 65 |
| Tabel 4.11 : Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan | 66 |
| Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar | 67 |
| Tabel 4.13 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar (Hotel G-Suites) | 68 |
| Tabel 4.14 : Uji Multikolinearitas Variabel Bebas Hotel G-Suites | 70 |
| Tabel 4.15 : Hasil Regresi Linier Berganda Pada Hotel G-Suites | 72 |
| Tabel 4.16 : Koefisien Determinasi Berganda | 75 |
| Tabel 4.17 : Hasil Analisis Uji T Hotel G-Suites | 76 |
| Tabel 4.18 : Hasil Analisis Uji F Hotel G-Suites | 77 |
| Tabel 4.19 : Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 78 |
| Tabel 4.20 : Data Responden Berdasarkan Pekerjaan | 79 |
| Tabel 4.21 : Data Responden Berdasarkan Usia | 79 |
| Tabel 4.22 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil Hotel Neo | 81 |
| Tabel 4.23 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil Hotel Neo | 82 |
| Tabel 4.24 : Kategori Mean Masing-Masing Variabel | 83 |
| Tabel 4.25 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Yang Dirasa | 84 |

| | | |
|------------|------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.26 | : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan | 85 |
| Tabel 4.27 | : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek | 86 |
| Tabel 4.28 | : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Yang Dirasa | 87 |
| Tabel 4.29 | : Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan | 88 |
| Tabel 4.30 | : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar | 90 |
| Tabel 4.31 | : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar Hotel Neo | 91 |
| Tabel 4.32 | : Uji Multikolinearitas Variabel Bebas Hotel Neo | 93 |
| Tabel 4.33 | : Hasil Regresi Linier Berganda Pada Hotel Neo | 95 |
| Tabel 4.34 | : Hasil Analisis Uji T Hotel Neo | 98 |
| Tabel 4.35 | : Hasil Analisis Uji F Hotel Neo | 100 |
| Tabel 4.36 | : Deskriptif | 101 |
| Tabel 4.37 | : Anova | 100 |



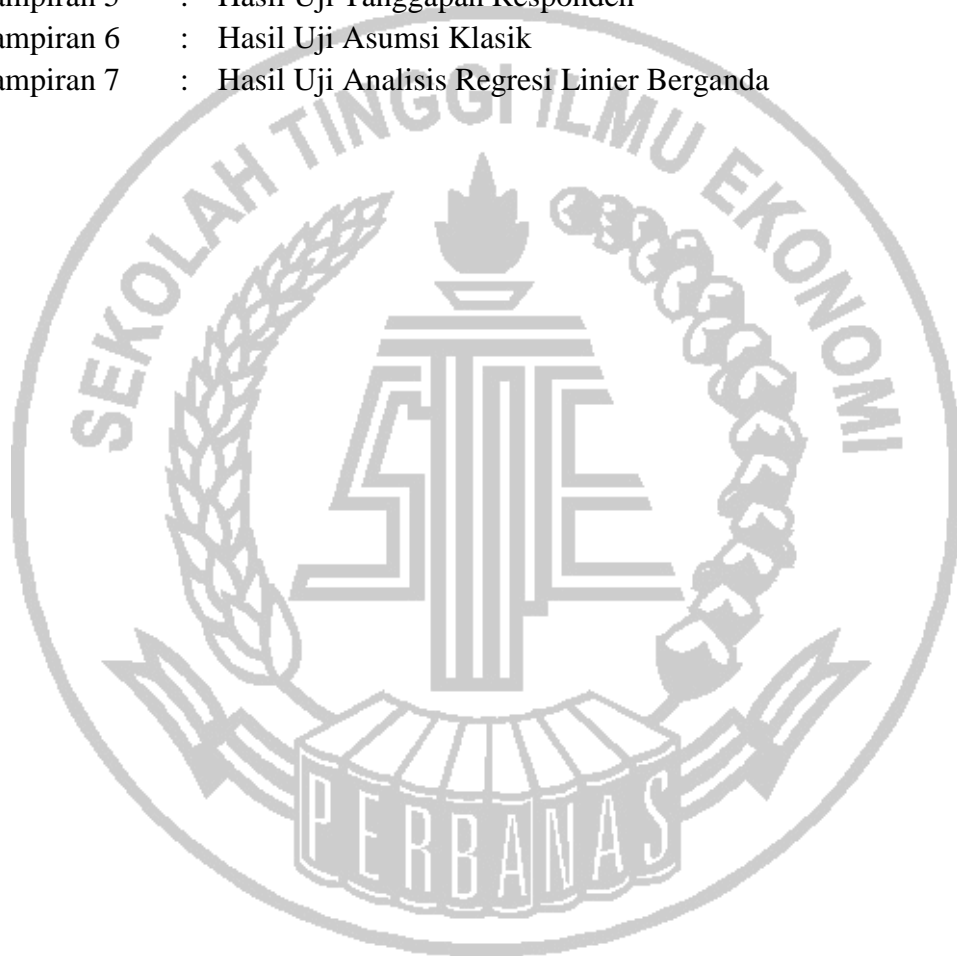
DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--------------------------------------------------------|----------------|
| Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 1 | 12 |
| Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 2 | 14 |
| Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 3 | 16 |
| Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Penelitian | 28 |
| Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas Hotel G-Suites | 69 |
| Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Hotel Neo | 92 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Kriteria Responden dan Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliaibilitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Kriteria Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda



THE EFFECT OF THE ADVANCED VALUE, THE QUALITY OF THE SERVICE, BRAND TRUST, SUBSCRIBERED QUALITY, TO THE CUSTOMER'S SATISFACTION IN SURABAYA
(Case study of Hotel G-Suites and Hotel NEO)

Anggia Chris Indriana

STIE Perbanas Surabaya

E-mail: 2013210687@students.perbanas.ac.id

Rumdis TNI AL Pulungan Jl. Sibarau 26 Sidoarjo

ABSTRACT

In the world of hospitality, consumers expect an optimal service with hospitality as an added value (added value) to get satisfaction (customer satisfaction) in accordance with expectations or even exceed expectations. The purpose of this study is to find out how big the role of perceived Value, Quality of Service, Brand Trust, the Quality of Customer Satisfaction on the services of G-Suites Hotel and Hotel NEO in Surabaya. The data used is primary data by distributing questionnaires to all hotel visitors as research respondents. This study uses the entire customer population who stay and use the meeting room at Hotel G-Suites and Hotel NEO. Sampling technique using Stratified random sampling where random sampling and stratified proportionally, conducted this sampling if the member population is heterogeneous (not similar). The sample in this study used 224 respondents. Data analysis techniques used descriptive analysis, classical assumption test and multiple linear regression analysis using SPSS 16.0. The regression coefficient has a positive direction which means enhancement effort. The probability value F shows a significant result of 54,019 compared with F table 2,839 so that all the independent variable in this study simultaneously have significant role to the dependent variable (Customer Satisfaction). The results of the hypothesis is known that the perceived value, quality of service, brand trust and the perceived quality have a significant influence on customer satisfaction services G-Suites and NEO hotels in Surabaya.

Keywords: Assumed Value, Service Quality, Brand Trust, Perceived Quality, Customer Satisfaction