

ABSTRAK

Mengingat banyaknya wisatawan yang datang melancong, menyebabkan tingginya permintaan konsumen untuk akomodasi. Tingginya tingkat persaingan hotel-hotel di Bandung pun menekan hotel tersebut harus memiliki keunggulan dalam hal tertentu agar dapat bertahan bersaing. Hotel Zodiak merupakan hotel yang sangat mengutamakan kepuasan pelanggan, menomor satukan pelayanan untuk pelanggan dengan harga terjangkau. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling (SEM)*

Hasil Pengujian hipotesis dengan menggunakan SEM membuktikan bahwa

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen , dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas. Sedangkan harga dianggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Hotel Zodiak Bandung.

Kata Kunci : kualitas layanan, harga, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Given the number of tourists who come traveled up, leading to high consumer demand for accommodation. The high level of competition for hotels in Bandung are putting pressure on the hotel should have an advantage in certain cases in order to survive competition. Hotel Zodiac is a very excellent customer satisfaction, menomor united service for customers at affordable prices. The data obtained and analyzed by using Structural Equation Modeling (SEM).

The results of hypothesis testing using SEM proved that Service Quality affects customer satisfaction and customer satisfaction impact loyalty. While the price is considered no effect on customer satisfaction and customer loyalty.

The conclusion of this study is a significant effect on service satisfaction and customer satisfaction impact loyalty Zodiac Hotel Bandung.

Keywords: quality of service, price, customer loyalty, customer satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3 Kualitas Layanan.....	11
2.1.4 Harga.....	13
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	27
2.2.1 Rerangka Teoritis.....	22
2.2.2 Rerangka Pemikiran.....	23
2.2.3 Model Penelitian.....	24
2.2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2.5 Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	
3.1 Objek Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Skala Pengukuran.....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Data Statistik Jumlah Wisatawan.....	1
Gambar 2 Rerangka Teoritis.....	22
Gambar 3 Rerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4 Model Penelitian.....	24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel II Definisi Operational dan Pengukuran Variabel.....	36
Tabel III Analisis Karakteristik Responden.....	38
Tabel IV Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik).....	39
Tabel V Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	40
Tabel VI Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	41
Tabel VII Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan).....	42
Tabel VIII Analisis Deskriptif Dimensi <i>Empathy</i> (Kepedulian).....	43
Tabel IX Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	44
Tabel X Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	45
Tabel XI Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel XII Tabel CFA Konstuk Eksogen.....	47
Tabel XIII Tabel CFA Konstuk Endogen.....	48
Tabel XIV Tabel Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	50
Tabel XV Tabel Pengujian Hipotesis.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian & Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran III Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian
- Lampiran IV Jurnal

3.7.2 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Pendahuluan.....	37
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	37
4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	39
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	39
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	44
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	45
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	46
4.4 Analisis Data Hasil Penelitian Secara Statistik.....	47
4.4.1 Hasil Permodelan Analisis Faktor Konfirmatori (Uji Validitas dan Reliabilitas Model Pengukuran).....	47
4.4.2 Model Struktural Eta.....	49
4.4.3 Uji Kecocokan Model.....	50
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	
5.1 Simpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	