

ABSTRAK

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri transportasi, telekomunikasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Salah satunya adalah industri perhotelan. Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Perusahaan yang ingin bertahan harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada pelanggan. Hotel Carradin adalah Hotel yang memiliki kualitas pelayanan yang baik dan produk yang baik.

Riset dilakukan dengan jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebesar 352 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling*(SEM). Hasil pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dan terdapat pula pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan produk terhadap loyalitas konsumen

Kata Kunci : Hotel, Loyalitas, Kualitas,Pelayanan, Produk.

ABSTRACT

The impact of globalization led services industries such as transportation, telecommunications, banking, and hospitality have grown quickly, especially in the hotel industry. The hotel industry is a service industry that combine products and services. The hotel that want to survive must have a greater value that makes the hotel different from other hotels. They have to improve the quality of services and products provided to the customer. Carrcadin hotel is one of good quality service hotel and have good products.

Conducted research was used number of samples of 352 respondents for this study. The data obtained and analyzed by Structural Equation Modeling (SEM). The results of hypothesis testing using SEM showed that there is an influence of service quality on customer loyalty and there are also influences customer loyalty products. The conclusion of this study shows a significant effect from service quality and goods on customer loyalty products.

Keywords: Hotel, Loyalty, Quality, Service, Products.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN DARI 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.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Jasa.....	10
2.2 Produk.....	11
2.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	18
2.5 Produk dan Loyalitas Pelanggan.....	21
2.6 Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.7 Kerangka Pemikiran.....	23
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 25
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Operational Variabel.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7 Skala Pengukuran.....	32
3.8 Teknik dan Pengolahan Data.....	33
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	34
3.8.2 <i>Structural Equation Modelling</i>	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	38
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	40
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	51
4.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	54
4.4.1 Model Struktural Era.....	54
4.4.2 Uji Kecocokan Model.....	56
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	57
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
 DAFTAR PUSTAKA.....	 61
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Hubungan Dua Variabel.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Analisis.....	27
Gambar 2.3 Model SEM.....	24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peringkat Hotel yang Direkomendasi TripAdvisor.....	5
Tabel 2.1 Faktor-faktor dan Variabel Produk Restoran.....	13
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangibles</i>	40
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reliability</i>	41
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i>	42
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i>	43
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Empathy</i>	43
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Dimensi Makanan & Minuman.....	45
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dimensi Harga.....	46
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Dimensi Atmosfer/Suasana.....	47
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Word of Mouth Communication</i>	48
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Purchase Intentions</i>	49
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Price Sensitivity</i>	50
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Complaining Behaviour</i>	51
Tabel 4.14 Tabel CFA Konstuk Eksogen.....	52
Tabel 4.15 Tabel CFA Konstuk Endogen.....	53
Tabel 4.16 <i>Path Diagram Full Model SEM</i>	55
Tabel 4.17 Tabel Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	57
Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisisioner Penelitian & Hasil Kuisisioner Penelitian
- Lampiran II Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran III Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian