

PENGARUH DIMENSI NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN KESETIAAN PELANGGAN PADA HOTEL L DI
SURABAYA

Nama: Angelia Kurniawan Sugito

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Pembimbing : Dr. Dudi Anandya, S.T., M.Si ;Silvia Margaretha, S.E.,M.M.,CPM

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang pengaruh dimensi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan pada Hotel Luminor di Surabaya. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa masalah terkait kepuasan pelanggan pada Hotel Luminor seperti kurang adanya tanggapan respon para karyawan terhadap tamu, fasilitas sarana dan prasarana yang kurang lengkap, tampilan yang kurang sesuai, harga yang dirasa cukup terjangkau tetapi kurang mendukung untuk membuat tamu hotel untuk memiliki kesetiaan dalam berkunjung kembali ke Hotel Luminor di Surabaya. Skripsi ini merupakan skripsi yang berbasis kuantitatif dengan tujuan untuk memperkuat paradigma pengalaman para akademisi dan praktisi dalam menjelaskan pengambilan keputusan konsumen dalam kegiatan menciptakan nilai pelanggan terhadap Hotel Luminor sehingga bisa meningkatkan pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah mengumpulkan data kuesioner dan sampel 165 individu dari tahap eksplorasi (SPSS 22) skala imaturitas, permodelan persamaan structural (*structural equation modelling*/AMOS 23) untuk memvalidasi kerangka kerja structural secara empiris. Hasil dari studi menyarankan bahwa perlu adanya perhatian oleh Hotel Luminor terutama dari segi konsekuensi nilai yang dirasakan terkait pelayanan yang berdampak pada kepuasan, kesetiaan, dan menciptakan nilai yang dirasakan pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan, Kesetiaan , Nilai yang dirasakan pelanggan, SEM

THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN L HOTELS IN SURABAYA

Name: Angelia Kurniawan Sugito

Department : Management

Advisor: Dr. Dudi Anandya, S.T., M.Sc; Silvia Margaretha, S.E., M.M., CPM

ABSTRACT

The focus of this study to learn the influence of customer value dimensions on customer satisfaction and customer loyalty at Luminor Hotels in Surabaya. Based on the research that has been done, it was found several problems related to customer satisfaction at Luminor Hotels such as the lack of response of employees' responses to guests, facilities and infrastructure that are less complete, appearance that is not suitable, prices that are considered affordable but less supportive for making guests hotel to have loyalty in returning to Luminor Hotel in Surabaya. This thesis is a quantitative-based thesis with the aim to strengthen the paradigm of experience of academics and practitioners in explaining consumer decision making in activities to create customer value for Luminor Hotels so that they can improve service. The research method used was collecting questionnaire data and samples of 165 individuals from the exploration stage (SPSS 22) scale of immaturity, structural equation modeling (AMOS 23) to validate empirical structural frameworks. The results of the study suggest that Luminor Hotel needs attention, especially in terms of the perceived consequences of service-related values that have an impact on satisfaction, loyalty, and create customer perceived value

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Customer perceived value, SEM