

**PENGARUH FASILITAS, *BRAND IMAGE* DAN INOVASI
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA HOTEL GRAND VELLA BANGKA TENGAH**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NAMA : AZUWARI

NIM : 302 1011 014

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2015



PENGARUH FASILITAS, BRAND IMAGE DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL GRAND VELLA BANGKA TENGAH

UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

FAKULTAS EKONOMI

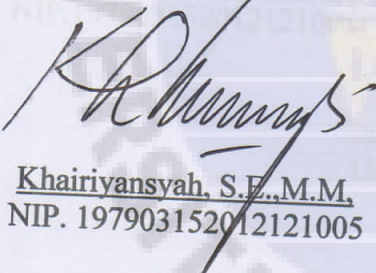
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Yang dipertajam dan disusun oleh: AZUWARI

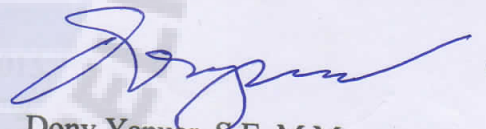
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Azuwari
NIM : 302 1011 014
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, *Brand Image* dan Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah

Pembimbing Utama




Khairiyansyah, S.E.,M.M.
NIP. 197903152012121005

Pembimbing Pendamping


Dony Yanuar, S.E.,M.M.
NP. 107408040

Balunujuk, Agustus 2015

Ketua Jurusan Manajemen



Khairiyansyah, S.E.,M.M.
NIP. 197903152012121005

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL :

**PENGARUH FASILITAS, *BRAND IMAGE* DAN INOVASI LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL GRAND VELLA
BANGKA TENGAH**

Yang dipersiapkan dan disusun Oleh : **AZUWARI**

No Induk Mahasiswa : **302 10 11 014**

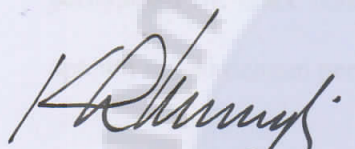
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 September 2015, dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

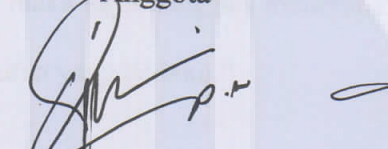
Tim Penguji

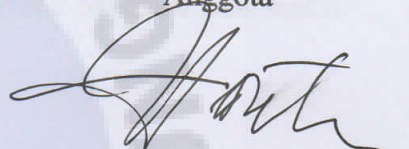
Ketua

Anggota

Anggota


Khairiyansyah, S.E., M.M.,
NIP.197903152012121005


Dian Prihardini W, S.E, M.M
NIP.198207222014042002


Hidayati, S.E., M.M.
NIP. 506306010

Balunijuk, 11 September 2015
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007


Ketua Jurusan

Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP.197903152012121005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “PENGARUH FASILITAS, *BRAND IMAGE* DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL GRAND VELLA BANGKA TENGAH” ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Balunjuk, Agustus 2015

Penulis,



Azuwari

MOTTO

Mengandalkan seseorang tanpa berusaha lebih dulu itu tidak baik!. Di Sini, Lebih baik kita saja yang melakukan sesuatu. Sebab, Suatu saat mungkin tidak ada lagi orang yang bisa diandalkan”

(Jodie Santemillion)

Yang penting bukanlah darimana kau dapat pengetahuan itu.. Tapi, dimana kau bisa menerapkannya”

(Ai Haibara)

Orang yang sukses adalah orang yang tahu kesempatan, Jika suatu saat kita bertemu kesempatan yang sama tapi dilewatkan, Kesempatan itu tidak akan datang lagi walau ditunggu berapa lamapun”

(Furuyo Senma)

PERESEMBAHAAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN:

- 1. KEPADA ALLAH SWT YANG TELAH MENCIPTAKAN SEGALA YANG ADA DI LANGIT DAN DI BUMI, ATAS RIDHANYA YANG MEMBERIKAN KEMUDAHAN DALAM HIDUP INI MELEWATI AL FURQAAN (AL QUR`AN).**
- 2. IBU DAN AYAH KU TERCINTA YANG SELALU MEMBERI KASIH SAYANG YANG TULUS, SELALU MEMOTIVASI, MENDO`AKAN DAN MEMBERI MORIL MAUPUN MATERIL.**
- 3. ISTRIKU TERCINTA YANG SELALU MEMBERI KASIH SAYANG YANG TULUS, SELALU MENYEMANGATI, DAN SELALU MENDUKUNGU DISAAT SENANG DAN SUSAH.**
- 4. KAKAK DAN ADIK-ADIKKU YANG TERCINTA DAN TERSAYANG YANG SELALU MENJADI MOTIVASI DALAM HIDUPKU.**
- 5. TEMAN-TEMANKU YANG TELAH MENDO`AKAN DAN MEMBERI BANTUAN SERTA DORONGAN.**
- 6. DOSEN UBB FAKULTAS EKONOMI YANG TELAH MEMBERIKAN PENGETAHUAN DAN ILMUNYA**
- 7. ALMAMATERKU TERCINTA UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG.**

ABSTRACT

AZUWARI. 10 11 302 104

The Effect of facilities, Brand Image, and Service Innovation on Customer Loyalty in Hotel Grand Vella, Central Bangka.

In this ever-dynamic era of information and technology, the development of increasingly competitive business world, the role of service industry helps live up the economy world of the world. The existence of the service industry serves not only as an underdog, but also as the dark horse of growth industry.

The formulation of the problem in this research is to ask how big is the partial and simultaneous influences of facility, brand image, and service innovation on customer loyalty in Hotel Grand Vella, Central Bangka.

Based on the results of the regression analysis it is found that, partially as well as simultaneously, facility (X1), brand image (X2), and service innovation (X3) significantly and positively affect customer loyalty (Y) in Hotel Grand Vella, Central Bangka. It can be seen from the regression equation of the relationship between variables --> $Y = 1,384 + 0,302X1 + 0,207X2 + 0,801X3 + e$ or with the coefficient of determination of 0,624 which means that 62.4% variation of variables facilities, brand image, and service innovation can be explained by customer loyalty (Y).

Keywords : facility, brand image, service innovation, and customer loyalty.

ABSTRAK

AZUWARI. 302 1011 014.

Pengaruh Fasilitas, *Brand Image* dan Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah.

Di era informasi dan teknologi yang selalu dinamis sekarang ini, perkembangan dunia usaha semakin kompetitif, tidak kalah pentingnya peranan sektor industri jasa yang turut meramaikan catur perekonomian dalam usaha pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Karena eksistensi dari perusahaan jasa ini bukan hanya sebagai pelengkap atau sampingan tetapi juga menjadi usaha pokok industri pertumbuhan (*growth industry*).

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan, bagaimanakah pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan, bagaimanakah pengaruh inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan dan bagaimanakah pengaruh fasilitas, *brand image* dan inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah.

Berdasarkan hasil analisis regresi, baik secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara fasilitas (X_1), *brand image* (X_2) dan inovasi layanan (X_3) dengan loyalitas pelanggan (Y) pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah. Hal ini, dapat di lihat dari persamaan regresi hubungan antar variabel adalah $Y = 1,348 + 0,302X_1 + 0,207 X_2 + 0,801 X_3 + e$ atau dengan nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,624 artinya bahwa 62,4% variasi dari variabel fasilitas, *brand image* dan inovasi layanan dapat dijelaskan oleh variabel loyalitas pelanggan (Y).

Kata kunci : Fasilitas, *brand image*, inovasi layanan dan loyalitas pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, kasih, kekuatan serta penyertaan yang tak henti-hentinya selama pembuatan hingga selesainya skripsi ini.

Adapun penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Fasilitas, *Brand Image* dan Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Grand Vella Bangka Tengah” adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Dalam hal ini disadari sepenuhnya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga bantuan, bimbingan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak selama ini sangat mendukung penyelesaian skripsi ini.

Pada kesempatan ini perkenankanlah untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Bapak Dr. Reniati, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak Khairiyansyah, S.E.,M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Khairiyansyah, S.E., M.M dan Bapak Dony Yanuar, S.E., M.M., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.

5. Para Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bangka Belitung.
6. Segenap Pimpinan dan Karyawan Hotel Grand Vella Bangka Tengah yang turut membantu dalam mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Papa, Mama, serta Kakak Adik tercinta yang telah banyak memberi dorongan baik moril, materil dan doa dari masa studi hingga selesainya skripsi ini.
8. Istri tercinta yang selalu mendukung disaat senang, susah dan tak pernah putus asa untuk selalu mendukung baik moral, materi, serta selalu mendoakan dari masa studi hingga selesainya skripsi.
9. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas persahabatan dan bantuannya selama masa perkuliahan maupun masa pembuatan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Balunijuk, Agustus 2015

Penulis

Azuwari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Fasilitas	12
2.2 <i>Brand Image</i>	14

2.3	Inovasi Layanan	15
2.4	Loyalitas Pelanggan	29
2.5	Penelitian Terdahulu	35
2.6	Kerangka Pemikiran	36
2.7	Hipotesis.....	37
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
3.2	Tempat dan waktu penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.4	Jenis Data	41
3.5	Metode Pengumpulan Data	41
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.7	Teknik Analisis Data	45
	3.7.1. Uji Validitas	45
	3.7.2. Uji Reliabilitas	45
	3.7.3. Uji Asumsi Klasik	46
	3.7.4. Analisis Statistik	49
	3.7.5. Pengujian Hipotesis	51
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Hotel Grand Vella	54
4.2	Karakteristik Responden	58
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	65
	4.3.1 Uji Validitas Data	66

4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.5 Analisis Statistik	76
4.5.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan(Y)	76
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas (Y).....	78
4.5.3 Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas (Y).....	79
4.5.4 Pengaruh Fasilitas, Brand Image dan Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	81
4.6 Pembuktian Hipotesis	83
4.7 Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Tamu yang Menginap di Hotel Grand Vella Bangka Tengah Tahun 2013-2014	5
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel III.1 Skala Pembobotan Kuesioner	43
Tabel III.2 Indikator dan Pengukuran Variabel	44
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	61
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menginap	64
Tabel IV.7 Perincian Item Pernyataan atau Kuesioner	65
Tabel IV.8 Uji validitas untuk variabel fasilitas	67
Tabel IV.9 Uji validitas untuk variabel <i>brand image</i>	68
Tabel IV.10 Uji validitas untuk variabel inovasi layanan.....	69
Tabel IV.11 Uji Validitas untuk variabel loyalitas pelanggan.....	69
Tabel IV.12 Rangkuman Nilai Alpha Masing-masing Variabel.....	70
Tabel IV.13 Multikolinearitas	73
Tabel IV.14 Nilai Durbin Watson.....	76
Tabel IV.15 Uji Regresi Sederhana 1	77
Tabel IV.16 Uji Regresi Sederhana 2	78

Tabel IV.17 Uji Regresi Sederhana 3	80
Tabel IV.18 Analisis Regresi Berganda.....	81
Tabel IV.19 Analisis Koefisien Determinasi	82
Tabel IV.20 Nilai F-Hitung.....	83
Tabel IV.21 Uji t	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Segitiga Pelayanan	24
Gambar II.2 Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	32
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran	37
Gambar IV.1 Grafik Responden Berdasarkan Umur.....	59
Gambar IV.2 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Gambar IV.3 Grafik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	61
Gambar IV.4 Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Gambar IV.5 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Gambar IV.6 Grafik Responden Berdasarkan Lama Menginap.....	64
Gambar IV.7 Grafik Normal Probability Plot.....	72
Gambar IV.8 Scatterplot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran III Data Primer.....	
Lampiran IV Hasil Analisis Data.....	

