

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *BRAND LOYALTY* PADA HOTEL
SANTIKA *PREMIERE* GUBENG SURABAYA**



**OLEH:
JONNY
3103013026**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *BRAND LOYALTY* PADA HOTEL
SANTIKA *PREMIERE* GUBENG SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:

JONNY

3103013026

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *BRAND LOYALTY* PADA HOTEL
SANTIKA *PREMIERE* GUBENG SURABAYA

Oleh:

JONNY

3103013026

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

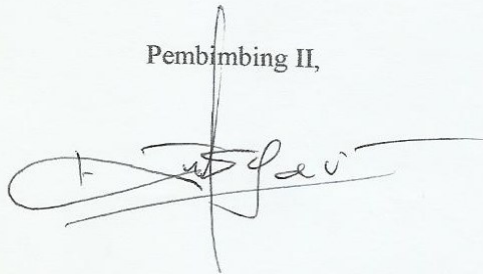
Pembimbing I,



Hendro Susanto, SE., MM

Tanggal: 10 Januari 2017

Pembimbing II,



A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si

Tanggal: 6 Januari 2017.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Jonny, NRP 3103013026 telah diuji pada tanggal 27 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.

NIK. 311.95.0230

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si

NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jonny

NRP : 3103013026

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty* Pada Hotel Santika *Premiere* Gubeng Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2017

Yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugerah, kasih karunia, dan rahmat-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty* Pada Hotel Santika *Premiere* Gubeng Surabaya.” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Hendro Susanto, SE.,MM selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang sangat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Papa dan Mama yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Hartono, Rudy, dan segenap keluarga yang selalu mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan.

Surabaya, 5 Januari 2017

Jonny

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Brand Image</i>	12
2.2.2 <i>Trust</i>	14
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.4 <i>Brand Loyalty</i>	18

2.2.5	Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian	23
2.4	Hipotesis.....	23
BAB 3	METODE PENELITIAN	24
3.1	Desain Penelitian.....	24
3.2	Identifikasi Variabel.....	24
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.3.1	<i>Brand Image</i> (X_1)	25
3.3.2	<i>Trust</i> (X_2).....	25
3.3.3	<i>Customer Satisfaction</i> (Y_1).....	26
3.3.4	<i>Brand Loyalty</i> (Y_2).....	26
3.4	Pengukuran Variabel.....	27
3.5	Jenis dan Sumber Data	27
3.5.1	Jenis Data	27
3.5.2	Sumber Data.....	28
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.7.1	Populasi	28
3.7.2	Sampel.....	28
3.7.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.8.1	Uji Validitas	29
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.9	Teknik Analisis Data.....	30
3.9.1	Uji Normalitas Data.....	31
3.9.2	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	31
3.10	Kecocokan Model Struktural	33

3.11 Uji Hipotesis	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Karakteristik Responden	34
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	36
4.3 Analisis Data	41
4.3.1 Uji Kualitas Data	41
4.3.2 Uji Normalitas Data.....	43
4.3.3 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural.....	46
4.4 Pembahasan.....	47
4.4.1 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Hotel Santika <i>Premiere</i> Gubeng Surabaya.....	47
4.4.2 <i>Trust</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Hotel Santika <i>Premiere</i> Gubeng Surabaya.....	49
4.4.3 <i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Hotel Santika <i>Premiere</i> Gubeng Surabaya.....	50
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Praktis.....	54
5.2.2 Saran Akademis.....	55

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	11
Tabel 3.1 Uji Kecocokan <i>Goodness of Fit Index</i>	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Mengingat.....	36
Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Nilai	36
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	37
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	38
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	39
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.11 Uji Univariate Normality.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Multivariate Normality.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Kecocokan Model	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Data Jawaban Responden
- Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output Lisrel
- Lampiran 8. Path Diagram

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *BRAND LOYALTY* PADA HOTEL
SANTIKA *PREMIERE* GUBENG SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* dan *trust* terhadap *customer satisfaction* dan *brand loyalty* pada Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Tiap responden tersebut merupakan individu yang pernah menginap di Hotel Santika *Premiere* Gubeng Surabaya. Data dikumpulkan melalui alat bantu kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *structural equation model* menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Trust* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *Brand Image, Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty*

***THE IMPACT OF BRAND IMAGE AND TRUST ON CUSTOMER
SATISFACTION AND BRAND LOYALTY IN SANTIKA
PREMIERE HOTEL GUBENG SURABAYA***

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the impact of brand image and trust on customer satisfaction and brand loyalty in Santika Premiere Hotel Gubeng Surabaya. This study is a causal research. The sampling technique used in this study is a purposive sampling, with a total sample of 150 respondents. Each respondent is an individual who stayed in Santika Premiere Hotel Gubeng Surabaya. Data were collected by questionnaire and further processed by structural equation model analysis techniques using LISREL programs.

The result of this study shows that brand image have positive impact and significant to customer satisfaction. Trust have positive impact and significant to customer satisfaction and customer satisfaction have positive impact and significant to brand loyalty.

Keywords: Brand Image, Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty