

ABSTRACT

This research is motivated by the high growth rates of hotels in Surabaya which are not matched by the increasing number of business guests and balanced tourist guests. This of course will affect the number of visitors staying at the hotel. Hospitality service providers must prepare the best strategy to attract consumers, because with the emergence of new hotels, consumers become more and more choices. HARRIS Hotel Surabaya is one of the hotels that always innovates and creates new things in the millennial era which are all digital especially on three variables, namely brand image, service quality and facilities. It can be seen from the increase in the number of visitors staying at this hotel from 2015 to 2018. The problem in this study is "what factors influence one's satisfaction to stay at HARRIS Hotel Surabaya. The purpose of this study is to be able to study the influence of these three variables in providing services and visitors get satisfaction staying at HARRIS Hotel Surabaya.

After bending the literature review and compiling the hypothesis, the data collected through questionnaires on 80 guests of the Surabaya HARRIS Hotel were obtained using systematic sampling techniques. Then analyzed the data obtained by using multiple linear regression analysis. This analysis includes: validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and analysis of the deterrent coefficient (R2). From the analysis obtained regression analysis:

$$Y = 0.342 + 0.262 X1 + 0.329 X2 + 0.317 X3$$

Where the variable customer satisfaction (Y), brand image (X1), service quality (X2) and facilities (X3) are tested using the t test shows that the three independent variables significantly affect customer satisfaction as the dependent variable. Then through the F test shows that the variable brand image, service quality and facilities to test the variable customer satisfaction. The adjusted R square number of 0.511 indicates that 51.1 percent of customer satisfaction variables can be explained through three independent variables in the regression equation. While the remaining 48.9 percent is explained by other variables other than the three variables used in this study.

Keywords: customer satisfaction, brand image, service quality, facilities

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tingkat pertumbuhan hotel di Surabaya yang tinggi yang tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah tamu bisnis dan tamu wisatawan yang seimbang. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi jumlah pengunjung yang menginap di hotel. Penyedia layanan perhotelan harus menyiapkan strategi terbaik untuk menarik konsumen , karena dengan munculnya hotel – hotel baru maka konsumen menjadi semakin memiliki banyak pilihan. Hotel HARRIS Surabaya merupakan salah satu hotel yang selalu berinovasi dan berkreasi dengan hal-hal baru di era milenial sekarang ini yang serba digital khususnya pada tiga variabel yaitu citra merek, kualitas pelayanan dan Fasilitas. Dapat dilihat dari bertambahnya jumlah pengunjung yang menginap di hotel ini sejak tahun 2015 sampai dengan tahun 2018. Masalah dalam penelitian ini adalah faktor – faktor apa yang mempengaruhi kepuasan seseorang untuk menginap di Hotel HARRIS Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mempelajari pengaruh tiga variabel tersebut dalam memberikan pelayanan dan pengunjung mendapatkan kepuasan menginap di Hotel HARRIS Surabaya.

Setelah melakukan kajian literatur dan penyusunan hipotesis, data yang dikumpulkan melalui kuesioner pada 80 tamu Hotel HARRIS Surabaya yang diperoleh menggunakan teknik sampling sistematis. Kemudian dilakukan analisis data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini mencakup: validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi:

$$Y = 0,342 + 0,262 X1 + 0,329 X2 + 0,317 X3$$

Dimana variabel kepuasan pelanggan (Y), brand image (X1), kualitas pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) diuji menggunakan uji t meneunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Kemudian melalui uji F menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas pelayanan dan fasilitas untuk menguji variabel kepuasan pelanggan. Angka *Adjusted R square* sebesar 0,511 menunjukkan bahwa 51,1 persen variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 48,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, citra merek, kualitas pelayanan, fasilitas