

ABSTRAK

Adisa Muhammad (1106198), “Persepsi Tamu Hotel Terhadap Program Sustainable Development Dalam Menciptakan Corporate Reputation Di Novotel Bandung” (Survei Pada Tamu Yang Menginap di Novotel Bandung), di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., MM dan Dewi Pancawati N., S.Pd., MM.

Pada era globalisasi saat ini sangat penting bagi suatu perusahaan untuk menciptakan *corporate reputation* dalam suatu organisasi dalam hal ini industri perhotelan agar dipandang baik dalam persepsi tamu. Pentingnya reputasi hotel yang positif karena dapat menjadi alat komunikasi yang efektif antara hotel dan tamu. *Corporate reputation* terdiri dari *credibility*, *reliability* dan *responsibility*. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tamu hotel ini berkaitan dengan komitmen yang kuat pada tamu hotel dalam niat mengunjungi dan menginap di hotel. Kinerja pemasaran di berbagai industri mengacu pada orientasi lingkungan, dimana perusahaan mulai menerapkan isu-isu lingkungan, ekonomi dan sosial di masyarakat sebagai salah satu strategi pemasarannya tak terkecuali pada industri perhotelan. Industri perhotelan yang menjalankan kinerja pemasaran seperti ini di Negara berkembang termasuk Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang meningkat. Bukti nyata adanya dampak perkembangan dalam industri perhotelan yakni bermunculannya hotel yang berorientasi pada lingkungan termasuk di Kota Bandung. Salah satu kinerja pemasaran yang dilakukan di Novotel Bandung ialah program *sustainable development* yang terdiri dari *environmental*, *economic* dan *social*. Program jangka panjang tersebut tentu akan berdampak kepada reputasi perusahaan yang menjalankannya. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Responden penelitian ini adalah tamu yang menginap di Novotel Bandung. Dengan penyebaran angket sebanyak 106 tamu hotel. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu *Sustainable Development* yang terdiri dari *environmental* (X1), *economic* (X2) dan *social* (X3), variabel *dependent* yaitu *Corporate Reputation* (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi tamu hotel terhadap program *Sustainable Development* berada di kategori tinggi dalam menciptakan *Corporate Reputation* di Novotel Bandung. Hasil perhitungan diketahui bahwa dimensi yang signifikan dari *Sustainable Development* adalah *environmental*, *economic* dan *social*.

Kata Kunci : *Sustainable Development, Corporate Reputation, Novotel Bandung*

ABSTRACT

Adisa Muhammad (1106198), “Hotel Guest Perception Of Sustainable Development Program In Creating Corporate Reputation Novotel Bandung (Survey to the guest at Novotel Bandung) under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S.Sos, MM & Dewi Pancawati N., S.Pd., MM.

Today the measure of performance in a variety of industries refers to the orientation of the environment, which the company began implementing environmental, economic and social issues as one of marketing strategy especially in the hospitality industry. Tangible evidence of the impact of developments in the hospitality industry namely the emergence of sustainability. The strategy will certainly have an impact on the reputation of the company running it. This research aims to obtain findings on the effect of sustainable development program towards the creation of corporate reputation. The object is Novotel Bandung which is an sustainability concept. The independent variable in this research is a sustainable development (X) with the dependent variable is the corporate reputation (Y). The type of this research is descriptive and verification and cross section method development methods with systematic sampling technique. Is an analytical technique used path analysis with SPSS 20 obtained R-Square of 76.5%. And the remaining 23.5% is influenced corporate reputation by another factors not examined in this research. Based on the results of research through multiple linear regression a significant difference either simultaneously or partially from the dimensions of environmental, economic and social in creating a corporate reputation consisting of credibility, reliability and responsibility.

Keyword : Sustainable Development, Corporate Reputation, Novotel Bandung