

ABSTRAK

Sinta Mawardini (1305367), “Pengaruh *Customer Delight* Terhadap *Customer Loyalty*”(Survei terhadap Tamu Member yang Menginap di Aston Braga Hotel & Residence Bandung), di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S., dan Dewi Pancawati N., S.Pd., MM.

Industri pariwisata dalam berkembangannya mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadialah satu industri terbesar sebagai penggerak perekonomian negara pada saat ini serta pada waktu yang akan datang. Pariwisata sebagai salah satu sektor kehidupan telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia, khususnya pada dekade terakhir, yang ditunjukkan dengan meningkatnya perekonomian bangsa-bangsa di dunia yang semakin baik dan maju. Aston Braga Hotel & Residence Bandung sebagai salah satu hotel internasional bintang empat di Kota Bandung selalu berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya di segala aspek penting yang menyangkut tujuan utama hotel yang salah satunya mendapatkan profitabilitas. Masalah yang dihadapi oleh Aston Braga & Residence adalah tingkat loyalitas tamu member yang mengalami penurunan di tahun sebelumnya. Oleh karena itu Aston Braga Hotel & Residence harus memiliki strategi untuk mengatasi masalah tersebut. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti memilih *customer delight* sebagai salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan dan menambah tingkat *customer loyalty*. Penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) yang digunakan yaitu *customer delight* yang terdiri dari *justice*, *esteem*, *security*, *trust*, dan *variety*. Variabel dependen (Y) yaitu *customer loyalty* tamu member. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dan pendekatan *cross sectional*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden yaitu tamu member yang menginap di Aston Braga Hotel & Residence dengan teknik penarikan data yang digunakan yaitu *systematic random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Pelaksanaan *customer delight* di Aston Braga Hotel & Residence berada pada kategori tinggi, dimensi *trust* mendapatkan penilaian tertinggi dan penilaian terendah yaitu *variety*. Kemudian tanggapan mengenai *customer loyalty* di Aston Braga Hotel & Residence berada pada kategori tinggi, dimensi *liking of the brand* mendapatkan penilaian tertinggi dan dimensi *commitment* mendapatkan penilaian terendah. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *customer delight* dan *customer loyalty*.

Kata Kunci : *Customer Delight*, *Customer Loyalty*, Aston Braga Hotel & Residence Bandung

ABSTRACT

Sinta Mawardini, 2017
PENGARUH CUSTOMER DELIGHT TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
DI ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE BANDUNG (Survei terhadap Tamu Member yang Menginap di Aston Braga Hotel & Residence)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sinta Mawardini (1305367), “The Influence of Customer Delight toward Customer Loyalty” (Survey of Member Guest who stay at the Aston Braga Hotel & Residence Bandung), under the guidance of Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S., and DewiPancawati N., S.Pd., MM.

Tourism industry in its development has been increased rapidly and became one of the biggest industry as economic activator nowadays and in the future. Tourism become the important part of economic development in a lot of countries in the world particularly in this decade. Aston Braga Hotel & Residence Bandung as one of four star international hotel in Bandung always try to maintain and improve its existence and every important aspect concerning the main goals of the hotel such as profitability. The problem that face by Aston Braga Hotel & Residence is loyalty of guest member. Hence Aston Braga Hotel & Residence must have a strategy to overcome the problem. Therefore the researcher choose customer delight as one of the solution that can be implemented to improved and to increase loyalty of the guest member. In this research, the independent variable (X) use are customer delight consisting justice, esteem, security, trust and variety. Dependent variable (Y) is customer loyalty. The type of research use are descriptive and verificative with method used are explanatory survey and cross sectional approach. The sample in this study is 110 respondents that member guests who stay at the Aston Braga Hotel & Residence Bandung, the sampling technique used systematic random sampling. The data analysis technique used is multiple regression. Implementation of customer delight at Aston Braga Hotel & Residence is located in the high category, the dimension of trust get the highest ratings and lowest ratings is variety. Then the feedback regarding the customer loyalty at Aston Braga Hotel & Residence is located in the high category, the dimension of the liking of the brand get the highest ratings and the dimension of commitment get the lowest ratings. The results showed there is a significant influence of customer delight and customer loyalty.

Key words :Customer Delight, Customer Loyalty, Aston Braga Hotel & Residence Bandung