

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AIRBNB KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata  
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



**Oleh:**

**July Christine Silaban**

**1504129**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2019**

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AIRBNB KOTA BANDUNG**

Oleh  
July Christine Silaban

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© July Christine Silaban 2019  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Juni 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**July Christine Silaban**

**1504129**

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AIRBNB KOTA BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



**Rosita, S.S., M.A.**

**NIP. 19811014 200601 2 001**

Pembimbing II

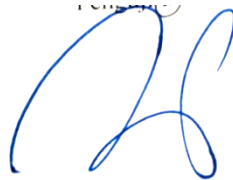


**Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc.**

**NIP. 19871224 201404 1 001**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



**Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM.**

**NIP. 19810522 201012 1 006**

# **PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIRBNB KOTA BANDUNG**

Oleh:

July Christine Silaban

1504129

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung juga mengukur pengaruh dari kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik sampel bersyarat. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini; kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini, pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan kuesioner. Peneliti menggunakan garis kontinum untuk menentukan interval setiap variabel yang diteliti. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan adanya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 60%, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepuasan berada pada kategori kuat. Di tengah eksistensi Airbnb saat ini dan perkembangannya yang cukup pesat di Kota Bandung, penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Untuk itu, seorang *host* harus mengenal betul apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan guna mencapai kepuasan pelanggan yang tidak hanya cukup puas, tetapi sangat puas untuk kemudian menjadi pelanggan yang loyal.

**Kata kunci** : Kepuasan, Loyalitas Pelanggan, Airbnb.

***THE IMPACT OF SATISFACTION TOWARDS LOYALTY OF AIRBNB  
CUSTOMERS IN BANDUNG CITY***

By:

July Christine Silaban

1504129

***ABSTRACT***

*This study attempted to measure the satisfaction and loyalty level of Airbnb costumers in Bandung City along with the impact of the satisfaction towards the loyalty of Airbnb customers in Bandung City. This study applied quantitative approach using purposive sample technique. There were two variables withis this study; customers' satisfaction as the independent variable and customer's loyalty as the dependent variable. Observation and questionnaire were used in collecting the data. The researcher applied continuum line to set the interval for each of the studied variables. Data analysis used in this study is the multiple linear regressions. Based on the result of this study, satisfaction impact towards customers' loyalty was found which was as much as 60%. Therefore, it could be concluded that the impact of satisfaction is significant. As for the Airbnb existence nowadays with its rapid growth in Bandung City, keeping the customers' loyalty is highly important. Accordingly, a host has to know the customers' necessity to obtain their satisfaction. Not only adequately satisfied, but also highly satisfied in order to become the loyal customer.*

***Keywords:*** *Satisfaction, Customer Loyalty, Airbnb.*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1 Konsep Loyalitas Pelanggan .....	12
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	14
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.5 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	16
2.1.6 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	19

2.2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2.3	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	21
2.2.4	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3	Kerangka Pemikiran.....	23
2.4	Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Profil Lokasi Penelitian.....	26
3.2	Desain Penelitian.....	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1	Populasi.....	27
3.3.2	Sampel.....	28
3.4	Operasional Variabel.....	28
3.5	Instrumen Penelitian.....	31
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.8.1.	Uji Validitas.....	35
3.8.2.	Uji Reliabilitas.....	39
3.9	Analisis Data.....	42
3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	42
3.9.2	Garis Kontinum.....	42
3.9.3	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	43
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.10.1	Uji Normalitas.....	44
3.10.2	Uji Multikolinieritas.....	45
3.10.3	Uji Heterokedastisitas.....	45

3.10.4	Uji Autokorelasi .....	46
3.11	Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
3.12	Uji Hipotesis .....	48
3.12.1	Uji Simultan (Uji F) .....	48
3.12.2	Uji Parsial (Uji T).....	49
3.12.3	Uji Koefisien Determinasi .....	50
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....		51
4.1	Airbnb.....	51
4.1.1	Profil Perusahaan .....	51
4.1.2	Airbnb di Indonesia.....	53
4.1.3	Proses Bisnis Airbnb .....	54
4.1.4	<i>Host and Guest Relationship</i> .....	57
4.2	Profil Responden (n = 197) .....	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal .....	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	62
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	64
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Airbnb .....	65
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Akomodasi yang Digunakan .....	66
4.3	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan pelanggan.....	67
4.3.1	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Kualitas Produk .....	67



4.3.2	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan .....	69
4.3.3	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Emosional.....	71
4.3.4	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Harga .....	72
4.3.5	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Kemudahan ..	74
4.3.6	Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
4.4	Presepsi Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan .....	77
4.5	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan di Airbnb Kota Bandung .....	80
4.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	80
4.5.2	Uji Regresi Linier Berganda .....	86
4.5.3	Uji Hipotesis .....	88
4.6	Pembahasan .....	92
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....		98
5.1	Simpulan.....	98
5.2	Rekomendasi .....	99
DAFTAR PUSTAKA .....		100
LAMPIRAN.....		106
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....		133

## DAFTAR PUSTAKA

- Airbnb*. (2019). Retrieved from <https://www.airbnb.co.id/>
- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer. *ABAC Journal*.
- Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arikunto, S. (1999). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ary, D. (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. (A. Furchan, Trans.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barsky, J., & Nash, L. (2002, February). Evoking emotion: Affective keys to hotel loyalty. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.
- Berezan, O., Raab, C., Yoo, M., & Phd, C. L. (2013). Sustainable hotel practices and nationality: The impact on guest satisfaction and guest intention to return. *International Journal of Hospitality Management*.
- Berezina, N., V, P., Kalinkina, N. M., & Sharov, A. (2012). Distribution and significance of alien amphipods and decapods in the Neva river basin (North-western Russia) .
- Berry, L. L., Bennet, D. R., & Brown, C. W. (1989). Service Quality: A Profit Strategy for Financial Intitutions.
- Bowen, J. T., & Chen, S.-L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Bowen, J. T., & Shoemaker, S. (1998). Loyalty: A Strategic Commitment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 12-25.

- Chitty, B., Ward, S., & Chua, C. (2007). An Application of the ECSI Model as a Predictor of Satisfaction and Loyalty for Backpacker Hostels. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dwyer, F. R., Schurr, P. H., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fajrian. (2017, December 4). *Kontroversi Airbnb di Indonesia*. Retrieved April 5, 2019, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171203104951-188-259801/kontroversi-airbnb-di-indonesia>
- Fronell, C. (1992). National customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*.
- Gayati, M. D. (2018, Oktober 23). *Menpar: Pertumbuhan Pariwisata Indonesia Tertinggi ke-9 di Dunia*. (R. Fardaniah, Editor) Retrieved Maret 15, 2019, from Antanews.com: <https://www.antaranews.com/berita/760958/menpar-pertumbuhan-pariwisata-indonesia-tertinggi-ke-9-di-dunia>
- Getty, J. M., & Thompson, K. N. (1994). The Relationship Between Quality, Satisfaction, and Recommending Behavior in Lodging Decisions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*.

- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1996). *Service Loyalty: Its Nature, Importance, and Implications*.
- Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty: How to Earn it and How to Keep it*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental Statistic in Psychology and Education* (3rd ed.). New York: McGraw.
- Hadian, A. I. (2017, October 12). *AirBnB Mulai Mengancam Bisnis Hotel di Indonesia*. Retrieved July 20, 2019, from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/berita/2017/10/12/airbnb-mulai-mengancam-bisnis-hotel-di-indonesia>
- Hadian, A. I. (2017, 10 12). *AirBnB Mulai Mengancam BisnisHotel di Indonesia*. Retrieved 03 25, 2019, from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/berita/2017/10/12/airbnb-mulai-mengancam-bisnis-hotel-di-indonesia>
- Hamdani, L. A. (2017, November 29). *Resah Airbnb di Indonesia, Pemerintah Akhirnya Turut Rembuk*. Retrieved March 27, 2019, from Tek.Id: <https://www.tek.id/tek/resah-airbnb-di-indonesia-pemerintah-akhirnya-turut-rembuk-b1RTp90l>
- Hekalyan. (2018, January 24). *Tinjauan Aspek Perpajakan pada Bisnis Airbnb di Indonesia*. Retrieved March 27, 2019, from WikiPajak: <https://wikipajak.com/tinjauan-aspek-perpajakan-pada-bisnis-airbnb-di-indonesia/>

- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jacoby, J., & Chesnut, R. W. (1978). Brand Loyalty, Measurement, and Management. *Journal of Advertising*.
- Jeong, M., Oh, H., & Gregoire, M. (2003). Conceptualizing websites quality and its consequences in the lodging industry. *International Journal of Hospitality Management*.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. *International journal of contemporary hospitality management*.
- Kaplan, R. M., & Saccuzo, D. P. (1993). *Reliabilitas dan Validitas* (3 ed.). (Handoko, Trans.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. (M. Benyamin, Trans.) Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). (B. Sharan, Trans.) Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Lam, S., Shankar, V., Erramilli, M., & Murthy, B. (2004). Customer value, satisfaction, loyalty, and switching costs: An illustration from a business-to-business service context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32, 293-311.
- Lee, B. A., & Zeiss, C. A. (1980). Behavioral commitment to the role of sport consumer: an exploratory analysis. *Sociology and Social Research*.
- Lee, M., & Cunningham, L. F. (2001). A cost/benefit approach to understanding service loyalty. *Journal of Services Marketing*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing*. New Jersey, USA: Pearson.

- Lu, C., & Kandampully, J. (2016). Research in Hospitality Management. In *What drives customers to use access-based sharing options in the hospitality industry?*
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mohsin, A., & Lockyer, T. (2010, March). Customer perceptions of service quality in luxury hotels in New Delhi, India: An exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Nam, J., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2011). Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction. *Annals of Tourism Research*.
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Newman, J. W., & Werbel, R. A. (1973). Multivariate Analysis of Brand Loyalty for Major Household Appliances. *Journal of Marketing Research*.
- Nourma, M. (2018, April). *Bagaimana Airbnb menggunakan Minimum Viable Product (MVP) untuk mengembangkan bisnisnya sehingga bisa menjadi startup yang sukses?* Retrieved July 27, 2019, from Dictio: <https://www.dictio.id/t/bagaimana-airbnb-menggunakan-minimum-viable-product-mvp-untuk-mengembangkan-bisnisnya-sehingga-bisa-menjadi-startup-yang-sukses/33716>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1995). Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Priyatno, D. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi.
- Reid, R. D., & Bojanic, D. C. (2009). *Hospitality Marketing Management*.
- Riyanto, Y. (1996). *Metodologi Penelitian Suatu Tindakan Dasar*. Surabaya: Sie Surabaya.

- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shoemaker, S., & Lewis, R. (1999). Customer Loyalty: the future of hospitality marketing. *Hospitality Management*.
- Solnet, D. J., Paulsen, N., & Cooper, C. (2010, February 12). Decline and Turnaround: A Literature Review and Proposed Research Agenda for the Hotel Sector. *Current Issues in Tourism*.
- Sudaryono. (2014). *Aplikasi Statistika untuk Penelitian*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika* (6 ed.). Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2013). In *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Wahyuni, T. (2015, February 10). *Survei: Bandung Kota Terfavorit Wisatawan Se-ASEAN*. Retrieved April 5, 2019, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>
- Yang, C.-C., Jou, Y.-T., & Cheng, L.-Y. (2009, February). Using integrated quality assessment for hotel service quality. *Quality and Quantity*.
- Yee, R. W., Yeung, A. C., & Cheng, T. C. (2010). An empirical study of employee loyalty, service quality and firm performance in the service industry. *International Journal of Production Economics*.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Second Edition Hill. New York: McGraw.