

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN TAMU TERHADAP LOYALITAS TAMU DI VILLA SARI ALAM HOTSPRING RESORT CIATER

Oleh:

Fero Artha Rizal

0802560

Citra Merek merupakan hal yang *intangible* dalam produk *hospitality*. Perusahaan kurang menyadari kontribusi dari produk tersebut dapat meningkatkan Loyalitas tamu, sedangkan Kepuasan adalah perasaan yang tamu harapkan disetiap produk nyata maupun jasa. Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana gambaran Citra Merek dan Kepuasan tamu dalam mempengaruhi Loyalitas tamu Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif, yaitu penelitian yang lebih mengarah pada pembuktian masalah yang terdapat pada keadaan faktual di lapangan. Teori-teori yang berkaitan dan mendukung untuk penelitian ini antara lain; teori Citra Merek, teori Kepuasan tamu, teori Loyalitas tamu. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada *repetear guest* Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater guna mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kepuasan terhadap Loyalitas tamu di Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Berdasarkan hasil penelitian ini pada pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek Villa Sari Alam (X_1) terhadap Loyalitas tamu (Y) di Villa Sari Alam Hotspring Resort secara parsial adalah 12,7%. Sedangkan pengaruh Kepuasan (X_2) terhadap Loyalitas tamu (Y) di Villa Sari Alam Hotspring Resort secara parsial adalah 29,9%. Jadi total keseluruhan pengaruh Citra Merek (X_1) dan Kepuasan (X_2) terhadap Loyalitas (Y) di Villa Sari Alam Hotspring Resort adalah sebesar 42,6%. Sedangkan sisanya yaitu 57,4% Loyalitas tamu dapat dijelaskan oleh variabel lain, dari data yang diperoleh dari penelitian di lapangan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa. Citra Merek dan Kepuasan tamu dapat mempengaruhi Loyalitas Tamu di Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater.

Kata kunci: Citra Merek, Kepuasan, Loyalitas

Fero Artha Rizal, 2013

Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Di Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND GUEST SATISFACTION TO GUEST LOYALTY IN VILLA SARI ALAM HOTSPRING RESORT CIATER

Oleh:

Fero Artha Rizal

0802560

Brand image is an intangible thing in hospitality products. Companies are less aware of the contribution of these products to improve guest loyalty, while satisfaction is the feeling that guests expect every real products or services. Issues discussed in this study is how the image of Brand Image and guest satisfaction in influencing Guest Loyalty Alam Sari Villa Hotspring Resort Ciater.

This type of research used in this research is descriptive analysis and verification, the more research that led to the problem of proof contained in the factual situation on the ground. Related theories and support for this research are; theories Brand Image, theories guest satisfaction, guest loyalty theory. Data collection technique used questionnaire addressed to repeteer guest Alam Sari Villa Hotspring Resort Ciater to determine the effect of Brand Image and Loyalty Satisfaction with guests at Alam Sari Hotspring Villa Resort.

Based on these results, along with the discussion of the theories that support, the results of this penelitain shows that Alam Sari Villa Brand Image (X_1) to the Guest Loyalty (Y) at Alam Sari Villa Hotspring Resort is 12.7% partially. While the effect of satisfaction (X_2) on guest loyalty (Y) in Alam Sari Villa Hotspring Resort is 29.9% partially. So the total effect of Brand Image (X_1) and satisfaction (X_2) to Loyalty (Y) at Alam Sari Villa Hotspring Resort is at 42.6%. 57.4% while the rest are guest loyalty can be explained by other variables, from data obtained from research in the field, it can be concluded that. Brand image and guests satisfaction can affect Guest Loyalty at Villa Alam Sari Resort Ciater Hotspring.

Keyword: Brand Image, Satisfaction, Loyalty

Fero Artha Rizal, 2013

Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Di Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu