



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yayasan Menara Bhakti UNIVERSITAS MERCU BUANA Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	04-02-2014
No. Reg. :	1. T1213.1181 2. TM/SI/13/146

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, NILAI DAN HARAPAN TERHADAP
KEPUASAN UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN
(KASUS PADA HOTEL BELA INTERNATIONAL TERNATE)**

TESIS

Oleh
Sri Endang Mulyawati
Nim : 55111110141

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASACASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
TAHUN 2013**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, NILAI DAN HARAPAN TERHADAP
KEPUASAN UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN
(KASUS PADA HOTEL BELA INTERNATIONAL TERNATE)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Oleh
Sri Endang Mulyawati
Nim : 55111110141

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM STUDI PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2013**

ABSTRAK

Studi ini menganalisis Harapan Pelanggan , Persepsi Kualitas dan Persepsi Nilai dalam Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan untuk Membangun Loyalitas Pelanggan di Hotel Bela International Ternate. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat Pengaruh Harapan Pelanggan terhadap Persepsi Kualitas, Persepsi Kualitas terhadap Persepsi Nilai, Harapan Pelanggan terhadap Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan, Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan, Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bela International Ternate.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampel Random Bertingkat dimana perusahaan dan perorangan yang telah menjadi pelanggan tetap Hotel Bela International mempunyai jumlah keterwakilan secara proporsional. Jumlah sampel sebanyak 224 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan SEM program Lisrel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harapan Pelanggan berpengaruh terhadap Persepsi Kualitas, Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap Persepsi Nilai, Harapan Pelanggan berpengaruh terhadap Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Harapan Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Harapan Pelanggan, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study analyzes the Customer Expectations, Perceived quality and Perceived Value in Influencing Customer Satisfaction to develop Customer Loyalty in Bela International Hotel Ternate. This study aims to determine how strong influence on Customer Expectations to Perceived quality, Perceived Quality to Perceived Value, Customer Expectations to Perceived value, Perceived Quality to Customer Satisfaction, Customer Expectations to Customer Satisfaction, Perceived value to Customer Satisfaction and Customer Satisfaction to Customer Loyalty at Hotel Bela International Ternate.

This study using quantitative research methods. The sampling method using stratified random sampling technique which companies and individuals who have become regulars customers have a number proportional representation. Total of sample is 224 respondents. Teknik analysis using SEM Lisrel program.

These results indicate that the effect on Customer Expectations to perceived quality, perceived quality affects on perceived value, Customer Expectations affects on perceived Value, perceived quality affects on Customer Satisfaction, Customer Expectations affects on Customer Satisfaction, Perceived value affects on Customer Satisfaction, and Customer Satisfaction affects on Customer loyalty.

Keywords: Customer Expectations, Perceived Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Kualitas, Nilai dan Harapan terhadap Kepuasan untuk Membangun Loyalitas Pelanggan (Kasus pada Hotel Bela International Ternate)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Sri Endang Mulyawati


NIM : 55111110141

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : September 2013


Mengesahkan :

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



(Dr. Augustina Kurniasih, ME.)

Direktur Program Pascasarjana



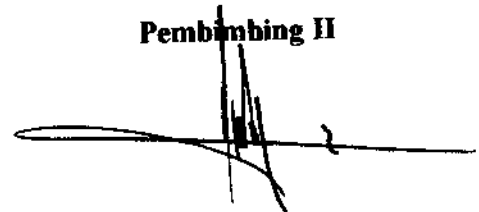
(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Pembimbing Utama



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Pembimbing II



(Endi Rekarti, SE. ME.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Pengaruh Persepsi Kualitas, Nilai dan Harapan terhadap Kepuasan untuk Membangun Loyalitas Pelanggan (Kasus pada Hotel Bela International Ternate)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Sri Endang Mulyawati

NIM : 55111110141

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : September 2013

Merupakan hasil studi analisis perusahaan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, September 2013



Sri Endang Mulyawati

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Persepsi Kualitas, Nilai dan Harapan terhadap Kepuasan untuk Membangun Loyalitas Pelanggan (Kasus pada Hotel Bela International Ternate). Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Didik J. Rachbini**, sebagai dosen pembimbing utama selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana serta Bapak **Endi Rekarti, SE, ME.** sebagai dosen pembimbing kedua selaku Ketua Kemahasiswaan Universitas Mercubuana yang telah membimbing, memberikan waktunya dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Merupakan suatu kebanggaan bisa dibimbing oleh keduanya, yang merupakan sosok yang sangat dikagumi di Kampus.

2. Penulis juga berterimakasih kepada Bapak **Prof. Dr. Budiarto Subroto**, selaku penguji pada Seminar Proposal sekaligus penguji pada Ujian Tesis serta Bapak **Wawan Purwanto, SE,MM.** selaku Ketua Ujian Sidang Tesis, yang telah memberikan masukan serta koreksi yang sangat berguna sehingga dapat menghasilkan karya akhir yang terbaik.
3. Ketua Program Studi **DR. Augustina Kurniasih, ME.** Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya yang sangat berguna sejak awal matrikulasi hingga semester III serta para staf administrasi Prodi Magister Manajemen. Yuni serta rekan-rekan lainnya yang tak dapat disebutkan satu per satu.
4. Rekan-rekan mahasiswa Pasca Sarjana Mercubuana yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Diantaranya Ria, Erik, Mamo, Mery, Rizal, Nana, Willy, Bagoes, Hanna, Caroline, Fada, Hariyanto, Faisal, Kris, Richardo, Shenia, Yuni, Ahmad, dan rekan-rekan lainnya yang tak dapat disebutkan satu per satu.
5. Seluruh pihak Manajemen Hotel Bela International Ternate, Bapak Darwin Siddyumar selaku General Manager, Ibu Firja selaku Marketing Manager, Masita & Ary selaku Marketing Staf, dan Mimi selaku Executive Secretary serta seluruh pihak Hotel yang telah memberikan informasi, masukan serta membantu pembagian kuesioner untuk kelancaran penulisan Tesis ini.

6. Rekan-rekan dikantor ULP Ditjen PMD Kementrian Dalam Negeri, Pak Asih, Pak Rio yang telah memberikan ijin untuk penyelesaian Tesis ini, serta rekan-rekan sejawat Eny, Umi Dedeh dan Dwie yang selalu membantu dan memberikan semangat terhadap penulis.
7. Teman-teman sekaligus saudara yang selalu memberikan *support* dan doa-doanya bagi penulis. Memey yang selalu menemani di setiap bimbingan ke ke Dosen. Buat adikku Ady Chandra, Atik dan genk Nano-nano di Jakarta, Ikra, Yuli, Fadlun, Qier, dan seluruh keluarga besar di Ternate yang selalu memberikan dukungan dan doa terbaik untuk kelancaran Tesis ini.
8. Putri Kecilku **Anisah Maritza Putri**, penyemangat hidup. Terima kasih atas pengertiannya, kesabarannya dan doa-doa terindahya.
9. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, **M. Arifin JS** dan **Nursina Tjan** yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Sekalipun dalam perjalanannya Ibu sempat menderita sakit, namun berkat Doa dan *support* dari Beliau penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Dengan keterbatasan yang dimiliki, penulis menyadari Karya Akhir ini masih terdapat kekurangan dan memerlukan pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun diharapkan akan menjadi masukan bagi Penulis untuk Penelitian dikemudian hari.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Rumusan Masalah	14
1.2.3 Batasan Masalah	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1 Maksud Penelitian	15
1.3.2 Tujuan Penelitian	16

1.4	Manfaat dan Kegunaan Penelitian	16
1.4.1	Manfaat Penelitian.....	16
1.4.2	Kegunaan Penelitian.....	17

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1	Sejarah Perusahaan.....	18
2.2	Lingkup Bidang Usaha.....	20
2.3	Visi, Misi dan Tata Nilai & Budaya.....	22
2.4	Sumber Daya.....	24
2.5	Tantangan Bisnis.....	25
2.6	Proses Bisnis.....	26

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1	Kajian Teori	30
3.1.1	Pemasaran Produk Jasa	30
3.1.2	Pengertian Hotel	31
3.1.3	Harapan Pelanggan	32
3.1.4	Persepsi Kualitas.....	38
3.1.5	Persepsi Nilai.....	43
3.1.6	Kepuasan Pelanggan.....	45
3.1.7	Loyalitas Pelanggan.....	52

3.2.	Penelitian Terdahulu	55
3.3	Model Penelitian	57
3.4.	Hipotesis Penelitian.....	58

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1	Jenis Desain Penelitian	59
4.2	Ruang Lingkup.....	60
4.3	Lokasi Penelitian.....	60
4.4	Pendekatan Penelitian.....	61
4.5.	Variabel Penelitian	62
4.6	Populasi dan Sampel.....	67
4.7	Jenis dan Sumber Data	68
4.8	Teknik Pengumpulan Data.....	69
4.9	Teknik Analisis Data	71

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	87
5.2	Hasil Penelitian	87
5.2.1	Penyajian data.....	87
5.2.2	Analisis Data	99

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan..... 131

6.2 Saran..... 133

DAFTAR PUSTAKA..... 136

LAMPIRAN..... 139

RIWAYAT HIDUP..... 162

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Hunian Kamar (<i>room night</i>) Hotel bela International Ternate	6
Tabel II.1	Proses Bisnis Hotel bela International Ternate.....	27
Tabel III.1	Penelitian Terdahulu	55
Tabel IV.1	Variabel Operasional	64
Tabel IV.2	Indeks Pengujian Kelayakan Mode.....	85
Tabel V.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel V.2	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	89
Tabel V.3	Karakteristik menurut Berdasarkan Usia.....	90
Tabel V.4	Tabel Interpretasi.....	91
Tabel V.5	Skor Aktual Harapan Pelanggan.....	92
Tabel V.6	Skor Aktual Persepsi Kualitas.....	94
Tabel V.7	Skor Aktual Persepsi Nilai	95
Tabel V.8	Skor Aktual Kepuasan Pelanggan.....	96
Tabel V.9	Skor Aktual Loyalitas Pelanggan.....	98
Tabel V.10	Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Harapan Pelanggan.....	99
Tabel V.11	<i>Regressing Weight</i> Harapan Pelanggan.....	100
Tabel V.12	Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Persepsi Kualitas.....	101
Tabel V.13	<i>Regressing Weight</i> Persepsi Kualitas.....	102
Tabel V.14	Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Persepsi Nilai.....	103
Tabel V.15	<i>Regressing Weight</i> Persepsi Nilai.....	104
Tabel V.16	Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Kepuasan Pelanggan.....	105

Tabel V.17	<i>Regressing Weight</i> Kepuasan Pelanggan.....	106
Tabel V.18	Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Loyalitas Pelanggan.....	107
Tabel V.19	<i>Regressing Weight</i> Loyalitas Pelanggan.....	108
Tabel V.20	Uji Validitas Pertama Harapan Pelanggan.....	111
Tabel V.21	Uji Validitas Kedua Harapan Pelanggan.....	112
Tabel V.22	Uji Validitas Persepsi Kualitas.....	113
Tabel V.23	Uji Validitas Persepsi Nilai.....	114
Tabel V.24	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	115
Tabel V.25	Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	116
Tabel V.26	Uji Reabilitas Harapan Pelanggan.....	117
Tabel V.27	Uji Reabilitas Persepsi Kualitas.....	118
Tabel V.28	Uji Reabilitas Persepsi Nilai.....	119
Tabel V.29	Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan.....	120
Tabel V.30	Uji Reabilitas Loyalitas Pelanggan.....	121
Tabel V.31	Kriteria Indikator <i>Goodness Of Fit of Full Mode Of SEM</i>	124
Tabel V.32	Hasil Penelitian.....	125
Tabel V.33	<i>Square Multiple Correlation</i>	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1	Model Konseptual Tingkat Harapan Pelanggan.....	37
Gambar III.2	<i>Zone Of Tolerance</i>	38
Gambar III.3	Model Penelitian.....	57
Gambar IV.1	Diagram Jalur.....	76
Gambar V.1	Model Penelitian Berdasarkan <i>Standard Solution</i>	122
Gambar V.2	Model Penelitian Berdasarkan <i>T-Value</i>	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	139
Lampiran 2	Output Perhitungan Lisrel	151