



**PENGARUH *AUTHENTIC PERSONAL BRANDING* DAN
HOSPITALITY CULTURE TERHADAP KUALITAS LAYANAN
PADA KARYAWAN *EVERYDAY SMART HOTEL* JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Psikologi**

Oleh :

RINA HERLINA

46112010064

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : *Pengaruh Authentic Personal Branding dan Hospitality Culture terhadap Kualitas Layanan pada Karyawan Everyday Smart Hotel Jakarta.*


Nama : Rina Herlina

NIM : 46112010064

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 20 November 2016

Pembimbing Utama



Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M.Si

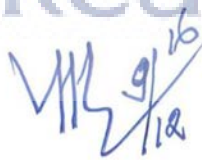
Mengesahkan

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi



Dr. H. A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, M.Si



Muhammad Iqbal, Ph.D

PERNYATAAN

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

Judul : ***Pengaruh Authentic Personal Branding dan Hospitality Culture terhadap Kualitas Layanan pada Karyawan Everyday Smart Hotel Jakarta.***

Nama : Rina Herlina

NIM : 46112010064

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 20 November 2016

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolannya digunakan telah dinyatakan dengan jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 20 November 2016

Yang membuat pernyataan,



Rina Herlina

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Authentic Personal Branding* dan *Hospitality Culture* terhadap Kualitas Layanan pada Karyawan *Everyday Smart Hotel Jakarta*”, telah diajukan sidang skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana pada 20 November 2016. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi psikologi.

Jakarta, 20 November 2016



Pembimbing



Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M.Si

LEMBAR DEDIKASI

Segala puja dan puji syukur tiada henti-hentinya penulis panjatkan kepada Allah.SWT atas segala nikmat dan ridho-Nya, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Bantuan dari berbagai pihak dalam penyelesaian skripsi ini pun menjadi hal utama yang patut penulis syukuri, baik bantuan secara materil, spiritual, informasi, dan motivasi. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga yang kusayangi :

1. Almarhum ayahanda Toto Alamsyah, sepeninggal ayahanda tercinta yang telah dipanggil oleh Sang Pencipta pada awal penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kasih sayang, doa, semangat, motivasi serta dukungan yang luar biasa yang telah diberikan sejak penulis lahir hingga ayahanda menutup mata.
2. Ibunda Anita tercinta yang selalu memberikan doa, semangat dan dorongan dikala penulis menghadapi beban pikiran ataupun merasa putus asa. Menjadi teman curhat dan saling memberikan semangat hidup bagi kami setelah ditinggal sosok ayahanda tercinta.
3. Kakak penulis, Novi Puspita beserta keluarga kecilnya. Penulis berterima kasih untuk doa, dorongan dan semangat kepada penulis.

KATA PENGATAR

Segala puji bagi Allah.SWT atas segala berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul “Pengaruh *Authentic Personal Branding* dan *Hospitality Culture* terhadap Kualitas Layanan pada Karyawan *Everyday Smart Hotel Jakarta*” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi dari Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, Jakarta. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan tulus ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M. Si., selaku Dosen Pembimbing saya yang selama ini selalu memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, meluangkan waktunya dengan sabar untuk membimbing saya, memotivasi saya serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, M. Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Muhammad Iqbal, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
5. Ryandhi Alditya Caesar, S.Ars., M.M., kekasih saya tercinta yang lebih dari enam tahun ini selalu ada di samping saya baik suka maupun duka, dan selalu membantu dalam segala hal dan urusan, membimbing dan

memberikan saya doa, semangat serta motivasi termasuk penyusunan skripsi ini. Menjadi salah satu sosok tauladan yang sangat saya banggakan.

6. Bapak Ir. Anies Heriyanto.W, M.B.A., selaku calon ayahanda mertua saya yang sudah lebih dari enam tahun ini seperti ayah saya sendiri, beliau pendiri *Asiawood Hotel Management* sekaligus CEO & Presiden Direktur PT. Kayu Bagus, yang telah membantu saya sehingga saya dapat mengumpulkan semua data yang ada di *Everyday Smart Hotel* Jakarta.
7. Ibu Endang Widiasih selaku calon ibunda mertua saya tercinta dan Kent Demas Kynan selaku adik ipar saya, yang selalu memberikan doa, motivasi dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman dekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
9. Segenap keluarga besar *Asiawood Hotel Management* beserta para staf yang memberikan saya banyak peluang untuk melakukan penelitian di *Everyday Smart Hotel* Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

Jakarta, 20 November 2016

Penulis,

Rina Herlina

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR DEDIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. <i>Profile Hotel</i>	13
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	15
E. Manfaat Penelitian	15
1. Manfaat Teoritis	15
2. Manfaat Praktis	16
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kualitas Layanan	20

1. Pengertian Layanan	20
2. Kriteria Layanan	21
3. Karakteristik Operasional Layanan	23
4. Pengertian Kualitas Layanan	24
5. Dimensi Kualitas Layanan	26
6. Model Konseptual Kualitas Layanan	27
7. Kesenjangan <i>Service Quality</i>	28
B. <i>Hospitality Culture</i>	30
1. Pengertian <i>Hospitality</i>	30
2. Jenis dan Ruang Lingkup <i>Hospitality</i>	33
3. Jenis-jenis Usaha di Bidang <i>Hospitality</i>	34
4. Pengertian <i>Hospitality Culture</i>	36
5. Konsep <i>Hospitality Culture</i>	37
6. Dimensi <i>Hospitality Culture</i>	38
C. <i>Authentic Personal Branding</i>	39
1. Pengertian <i>Authentic Personal Branding</i>	39
2. Tujuan <i>Authentic Personal Branding</i>	40
3. Model <i>Authentic Personal Branding</i>	41
4. Hukum yang Membentuk <i>Authentic Personal Branding</i>	43
D. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	44
E. Penelitian Terdahulu	47

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	56
B. Desain Penelitian	56

C. Populasi dan Sampel Penelitian	57
1. Populasi	57
2. Sampel	57
D. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	57
1. Variabel Dependen (Y)	58
2. Variabel Independen (X)	59
3. Operasional Variabel	61
E. Teknik Pengumpulan Data	66
1. Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	66
2. Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	66
F. Teknik Analisis Data	67
1. Uji Kualitas Data	67
2. Uji Asumsi Klasik	68
3. Statistik Deskriptif	70
4. Pengujian Hipotesis	70
BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Umum Responden	72
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
2. Profil Responden Berdasarkan Usia	73
3. Profil Responden Berdasarkan Jabatan	74
4. Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja	75
B. Analisis Data	76
1. Uji Kualitas Data	76
2. Uji Asumsi Klasik	78

3. Uji Analisis Deskriptif	83
4. Uji Model	84
5. Uji Hipotesis	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian	92
1. Pengaruh <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Kualitas Layanan	92
2. Pengaruh <i>Hospitality Culture</i> terhadap Kualitas Layanan	93
3. Pengaruh <i>Authentic Personal Branding</i> dan <i>Hospitality</i> <i>Culture</i> terhadap Kualitas Layanan	94
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Keterbatasan	97
C. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

BAB II

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	47
Tabel 2. Keterangan Waktu dan Tempat	56

BAB III

Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala Kualitas Layanan	58
Tabel 4. <i>Blue Print</i> Skala <i>Authentic Personal Branding</i>	59
Tabel 5. <i>Blue Print</i> Skala <i>Hospitality Culture</i>	60
Tabel 6. Operasional Variabel	61

BAB IV

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 8. Hasil Uji Korelasi	78
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 10. Hasil Uji Linearitas	80
Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 12. Hasil Uji Analisis Deskriptif	83
Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas Layanan dan <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Kualitas Layanan	86
Tabel 15. Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas Layanan dan <i>Hospitality Cultur</i> terhadap Kualitas Layanan	87
Tabel 16. Hasil Uji Regresi Berganda	89
Tabel 17. Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan dan <i>Authentic Personal</i>	

<i>Branding</i>	90
Tabel 18. Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan dan <i>Hospitality Culture</i>	91
Tabel 19. Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan, <i>Authentic Personal</i> <i>Branding dan Hospitality Culture</i>	91
Tabel 20. Lampiran Hasil Uji Validitas	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Konseptual Kualitas Layanan	27
Gambar 2. <i>Service Quality Gap</i> Model	28
Gambar 3. Model <i>Authentic Personal Branding</i>	41
Gambar 4. Kerangka Penelitian	46
Gambar 5. Persentase Jenis Kelamin	72
Gambar 6. Persentase Usia	73
Gambar 7. Persentase Jabatan	74
Gambar 8. Persentase Lama Bekerja	75
Gambar 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Hasil Uji Validitas Data	103
Lampiran 2. Lembar Kuesioner	107

