

**PENGARUH CITRA HOTEL TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN: PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**HENGKY LUMANTORO**

**NPM : 11 03 19191**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA,**

**2015**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA HOTEL TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN: PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

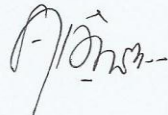
Disusun Oleh :

Hengky Lumantoro

NPM : 11 03 19191

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing :



Dr.J.Ellyawati, MM.

15 Juni 2015

Skripsi

**PENGARUH CITRA HOTEL TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN: PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hengky Lumantoro  
NPM: 11 03 19191

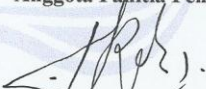
Yang telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
Pada tanggal 3 Agustus 2015  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

  
Dr. J. Ellyawati, MM.

**Anggota Panitia Penguji**

  
Drs. Iga. Sukirno, MS

  
Drs. A.M. Rosa Widjojo, MBA

Yogyakarta, 3 Agustus 2015  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
FAKULTAS  
EKONOMI

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH CITRA HOTEL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN :  
PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI**


Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide-ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan dan daftar pustaka. Apabila kemudian hari bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan keputusan dan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juni 2015

Yang menyatakan



Hengky Lumantoro



*It's easy from the outside,  
you're fighting to get in.  
It's not all gold and glory,  
I gave my life for this.  
They never fail to judge me  
no matter who I am,  
I can't change my story  
but I'll do the best I can.*

**Kupersembahkan skripsi ini teruntuk :**

**Tuhan Yesus**

**Kedua Orang Tuaku tercinta**

**Keluarga dan Sahabat-sahabatku tersayang**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menguatkan mental dan batin penulis dalam menempuh studi S1 serta memampukan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Orang Tua penulis yang selalu memberikan doa, semangat, mengingatkan untuk mengerjakan skripsi, serta dukungan dalam bentuk material untuk keberhasilan penulis.
3. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, masukan serta saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

4. Rektor beserta Dekan, Segenap Dosen dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian pengajaran, unit perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan tulus kepada penulis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih baik.
5. Sahabat-sahabatku, adit buruk, adit tandyeri, koh danny, macin. baskoro, nadin, dito, alberd, willy, abram , ajik, angga, wawan, menda, clara, mardi terutama mariana dan seluruh sahabatku yang ada di FE UAJY yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi.

Semoga Tuhan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi semua pihak.

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Definisi Operasional .....	6
1.6. Manfaat Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1. Kepuasan Pelanggan .....	8
2.1.1. Definisi Kepuasan Pelanggan .....	8
2.1.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	9
2.2. Citra Produk .....	11
2.2.1. Pengertian Citra Produk .....	11
2.2.2. Komponen dalam Citra Produk .....	12
2.3. Loyalitas Pelanggan .....	12
2.3.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	13
2.3.2. Jenis Loyalitas .....	14
2.3.3. Pengukuran Loyalitas Pelanggan .....	16



2.4. Penelitian Terdahulu .....	17
2.5. Pengembangan Hipotesis .....	21
2.5.1. Pengaruh Citra Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	22
2.5.2. Hubungan Citra Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	22
2.5.3. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan .....	23
2.5.4. Hubungan Antara Citra Produk dan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi .....	24
2.6. Kerangka Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Data dan Sumber Data .....	26
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.3. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5. Metode Pengukuran Data.....	28
3.6. Metode Pengujian Instrumen.....	29
3.6.1. Uji Validitas.....	29
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.7. Metode Analisis Data.....	30
3.7.1. Analisis <i>Crosstabs</i> .....	31
3.7.2. Analisis Regresi.....	31

3.7.3. Pengujian Variabel Mediasi.....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>37</b>
4.1. Pengujian Instrumen.....	37
4.2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	40
4.3. Klasifikasi Responden berdasarkan Faktor Demografi dengan Klasifikasi Hotel.....	43
4.4. Analisis Regresi.....	46
4.4.1. Pengaruh Citra Produk Secara Langsung pada Loyalitas Pelanggan.....	46
4.4.2. Pengaruh Citra Produk pada Kepuasan Pelanggan.....	50
4.4.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan.....	53
4.4.4. Pengaruh Citra Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi.....	54
4.5. Pengujian Variabel Mediasi.....	56
4.6. Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Implikasi Manajerial.....	62
5.3. Keterbatasan dan Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tingkat Tingkat Hunian Hotel Berbintang di Indonesia (dalam persentase).....	1
Tabel 2.1. Empat Jenis Loyalitas.....	15
Tabel 2.2. Ringkasan Penelitian Terdahulu Mengenai Citra Produk, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas.....	18
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender.....	41
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Klasifikasi Hotel.....	42
Tabel 4.6. Hasil Klasifikasi Responden antara Gender dengan Klasifikasi Hotel.....	43
Tabel 4.7. Hasil Klasifikasi Responden antara Usia dengan Klasifikasi Hotel.....	44
Tabel 4.8. Hasil Klasifikasi antara Pendapatan per Bulan dengan Klasifikasi Hotel.....	45
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Pengaruh Reputasi Hotel pada Loyalitas Pelanggan.....	46

Tabel 4.10.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Informasi <i>Website</i> pada Loyalitas Pelanggan.....	47
Tabel 4.11.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Kontak Person pada Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 4.12.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Lingkungan Fisik pada Loyalitas Pelanggan.....	49
Tabel 4.13.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Reputasi Hotel pada Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4.14.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Informasi <i>Website</i> pada Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4.15.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Kontak Person pada Kepuasan Pelanggan.....	52
Tabel 4.16.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Lingkungan Fisik pada Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 4.17.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 4.18.	Hasil Uji Regresi Pengaruh Citra Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi.....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	25
Gambar 3.1. Hubungan antara Variabel Independen, Mediator, dan Dependen.....	31
Gambar 4.1. <i>Partial Mediation</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisiomer
- Lampiran II Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran III Analisis deskriptif karakteristik responden
- Lampiran IV Analisis *Crosstabs*
- Lampiran V Analisis Regresi
- Lampiran VI Data Jawaban Responden

# **PENGARUH CITRA HOTEL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Disusun oleh:**  
**Hengky Lumantoro**  
**NPM: 11 03 19191**

**Pembimbing**  
**Dr. J. Ellyawati, MM.**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra hotel pada loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi. Populasi pada penelitian ini ialah seluruh masyarakat yang ada di Yogyakarta yang pernah menginap di hotel seluruh Indonesia minimal hotel bintang 3 dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner sejumlah 206 kepada para responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif statistik, analisis crosstabs, analisis regresi sederhana, serta analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS* versi 15.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra produk memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan dan positif pada loyalitas tamu hotel dan kepuasan pelanggan terbukti sebagai *partial mediation* atau berfungsi memediasi secara parsial hubungan antara citra produk dan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Citra Produk, Kepuasan pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.