

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, pimpinan, dan penyertaan-Nya sehingga tugas akhir dengan judul **“PENGARUH *SERVICE INNOVATION CAPABILITY, MARKETING AND BRAND COMMUNICATION* TERHADAP *SERVICE EXCELLENCE* DAN *HOTEL PERFORMANCE* DARI PERSPEKTIF KONSUMEN”** dapat selesai dengan baik. Tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Tangerang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu industri perhotelan dalam meningkatkan performanya dan unggul dalam bersaing di industrinya.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Juniarty, S.Sos., M.M. selaku pembimbing utama dan Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M. selaku co-pembimbing yang penuh kesabaran memberikan bimbingan, ide, saran, arahan, serta dukungan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Peneliti juga mengucapkan terima kasih banyak atas dukungan moral dan materil yang diperoleh dari:

1. Bapak Jonathan Dr. (Hon) L. Parapak, M. Eng. Sc., selaku Rektor dari Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.

4. Seluruh dosen yang sudah memberikan banyak ilmu kepada peneliti selama menempuh masa studi di Universitas Pelita Harapan.
5. Seluruh staf yang sudah membantu proses administratif peneliti selama masa studi di Universitas Pelita Harapan.
6. Orang tua serta keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang selama masa studi dan penulisan tugas akhir.
7. Violeta S. Kangen, Verrel Ariel, Calmness F. H., Jason Soegiarto, dan “Mene Strategi” selaku sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama penulisan tugas akhir.
8. Teman-teman BEM-UPH dan Cornerstone Initiative 5 yang selalu memberikan semangat selama penulisan tugas akhir.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam bentuk apapun dalam penulisan tugas akhir yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang bersifat objektif dan membangun. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca, terutama dalam perkembangan ilmu manajemen.

Batam, 22 Januari 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	vi
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Manfaat Teoritis	15
1.4.2. Manfaat Praktis.....	15
1.5. Batasan Masalah.....	16
1.6. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1. <i>Marketing</i>	20
2.2. <i>Strategic Marketing</i>	22
2.2.1. <i>Innovation</i>	24
2.3. <i>Consumer Markets</i>	25
2.4. <i>Marketing Services</i>	26
2.4.1. <i>Service</i>	27
2.4.2. <i>Service Innovation</i>	28
2.4.3. <i>Service Quality</i>	35
2.4.4. <i>Service Excellence</i>	36

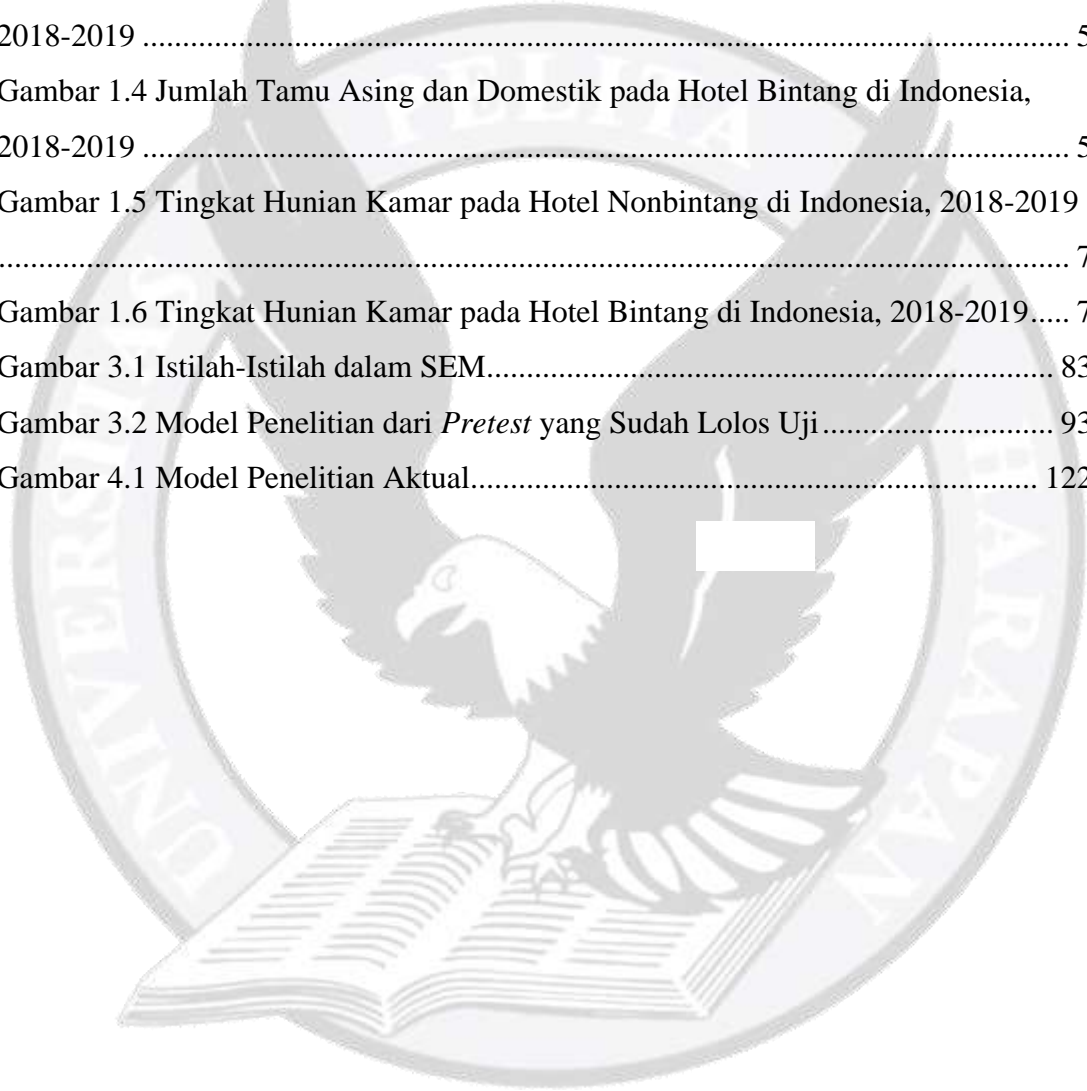
2.5. <i>Marketing Communication</i>	39
2.6. <i>Brand Communication</i>	46
2.7. <i>Hotel</i>	48
2.8. <i>Firm Performance</i>	53
2.9. <i>Hotel Performance</i>	55
2.10. <i>Penelitian Terdahulu</i>	59
2.11. <i>Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian</i>	66
2.11.1. <i>Hubungan antara Service Innovation Capability dan Marketing and Brand Communication</i>	66
2.11.2. <i>Hubungan antara Marketing and Brand Communication dan Service Excellence</i>	68
2.11.3. <i>Hubungan antara Marketing and Brand Communication dan Firm/Hotel Performance</i>	69
2.11.4. <i>Hubungan antara Service Excellence dan Firm/Hotel Performance</i>	71
2.11.5. <i>Hubungan antara Service Innovation Capability dan Service Excellence</i>	73
2.11.6. <i>Hubungan antara Service Innovation Capability dan Firm/Hotel Performance</i>	74
2.12 <i>Kerangka Model Konseptual</i>	76
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	77
3.1. <i>Paradigma Penelitian</i>	77
3.2. <i>Desain Penelitian</i>	79
3.3. <i>Objek Penelitian</i>	80
3.4. <i>Subjek Penelitian</i>	80
3.5. <i>Unit Analisis</i>	81
3.6. <i>Skala Pengukuran Variabel</i>	81
3.7. <i>Definisi Konseptual dan Operasional</i>	83
3.8. <i>Metode Pengumpulan Data</i>	92
3.9. <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	93

3.10. Populasi Sampel dan Ukuran Sampel	93
3.10.1. Populasi	93
3.10.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	94
3.11. Teknik Analisis Data	95
3.11.1. Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	96
3.11.2. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	97
3.11.4. Pengujian Model Struktural (<i>Inner model</i>)	100
3.11.5. Statistik Deskriptif	101
3.11.6. Statistik Inferensial	102
3.12. Studi Pendahuluan.....	103
3.12.1. Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	103
3.12.2. Hasil Uji Reabilitas Studi Pendahuluan	106
3.13. Model Penelitian dari Pretest yang Sudah Lolos Uji	107
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	108
4.1. Profil Responden	108
4.1.1. Jenis Kelamin	109
4.1.2. Usia	109
4.1.3. Status	110
4.1.4. Tingkat Pendidikan.....	111
4.1.5. Pendapatan per Bulan	112
4.1.6. Bintang Hotel.....	113
4.1.7. Provinsi Hotel	113
4.1.8. Frekuensi Menginap di Hotel	115
4.2. Statistika Deskriptif.....	116
4.2.1. Statistika Deskriptif <i>Service Innovation Capability</i>	116
4.2.2. Statistika Deskriptif <i>Marketing and Brand Communication</i>	120
4.2.3. Statistika Deskriptif <i>Service Excellence</i>	122
4.2.4. Statistik Deskriptif <i>Hotel Performance</i>	124

4.3. Analisa Data Penelitian Aktual	131
4.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	131
4.3.2. Pengujian Multikolinearitas.....	135
4.3.3. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	135
4.4. Pembahasan Uji Hipotesis.....	141
4.4.1. Pengaruh <i>Service Innovation Capability</i> terhadap <i>Marketing and Brand Communication</i>	142
4.4.2. Pengaruh <i>Marketing and Brand Communication</i> terhadap <i>Service Excellence</i>	144
4.4.3. Pengaruh <i>Marketing and Brand Communication</i> terhadap <i>Hotel Performance</i>	145
4.4.4. Pengaruh <i>Service Excellence</i> terhadap <i>Hotel Performance</i>	146
4.4.5. Pengaruh <i>Service Innovation Capability</i> dan <i>Service Excellence</i>	147
4.4.6. Pengaruh <i>Service Innovation Capability</i> dan <i>Hotel Performance</i>	148
4.5. Perbandingan Hasil Penelitian Aktual dengan Penelitian Sebelumnya	150
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	152
5.1. Kesimpulan.....	152
5.2. Implikasi Manajerial	157
5.3. Keterbatasan Penelitian	161
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	162
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN.....	165

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pulau Berdasarkan Provinsi di Indonesia	3
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia 2017-2019.....	4
Gambar 1.3 Jumlah Tamu Asing dan Domestik pada Hotel Nonbintang di Indonesia, 2018-2019	5
Gambar 1.4 Jumlah Tamu Asing dan Domestik pada Hotel Bintang di Indonesia, 2018-2019	5
Gambar 1.5 Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Nonbintang di Indonesia, 2018-2019	7
Gambar 1.6 Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Bintang di Indonesia, 2018-2019.....	7
Gambar 3.1 Istilah-Istilah dalam SEM.....	83
Gambar 3.2 Model Penelitian dari <i>Pretest</i> yang Sudah Lolos Uji.....	93
Gambar 4.1 Model Penelitian Aktual.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Synopsis of Service Innovation Framework</i>	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu tentang Komunikasi Marketing	34
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 3.1. Jenis Paradigma Penelitian.....	64
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasional	69
Tabel 3.3 Interval Skala	88
Tabel 3.4 Uji Validitas <i>Outer Loadings</i>	90
Tabel 3.5 Uji Validitas Nilai AVE.....	91
Tabel 3.6 Uji Validitas <i>Discriminant Validity</i>	91
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	92
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	95
Tabel 4.2 Usia Responden	96
Tabel 4.3 Status Responden	96
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden	97
Tabel 4.5 Pendapatan per Bulan Responden.....	98
Tabel 4.6 Bintang Hotel yang Dikunjungi Responden	99
Tabel 4.7 Provinsi Hotel yang Dikunjungi Responden.....	100
Tabel 4.8 Frekuensi Responden Menginap di Hotel.....	102
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Service Innovation Capability</i>	103
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Marketing and Brand Communication</i>	106
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Service Excellence</i>	108
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif <i>Hotel Performance</i>	111
Tabel 4.13 Uji Validitas <i>Outer Loading</i> dan AVE	118
Tabel 4.14 Uji Validitas <i>Discriminant Validity</i>	119
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas <i>E t q p d c e j dan Composite Reliability</i>	120
Tabel 4.16 Evaluasi Multikolinearitas Berdasarkan Nilai VIF.....	121

Tabel 4.17 Nilai R-Square 123
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis 124
Tabel 4.19 Perbandingan Hasil Penelitian Aktual dengan Penelitian Sebelumnya.. 135

