

## ABSTRAK

Fellicia Vincent (01011180217)

**“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER LOYALTY* TERHADAP *BRAND POWER* DAN *BRAND PERFORMANCE* HOTEL INTERNASIONAL BINTANG 4-5 DI INDONESIA BERDASARKAN PERSPEKTIF KONSUMEN”**

(xvi + 154 halaman; 11 gambar; 49 tabel; 5 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan terhadap kekuatan dan kinerja *brand* di industri hotel. Penelitian ini menerapkan desain penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif yang mana pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden melalui Google Forms. Populasi yang dipilih adalah responden yang pernah menginap di hotel internasional bintang 4-5 di Indonesia, dengan ukuran sampel untuk *pre-test* adalah 100 responden, sedangkan untuk uji aktual adalah 240 responden. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan SmartPLS v.3.3.3 yang mencakup pengujian model outer yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta model inner yang meliputi uji GoF, *Common Method Bias*, *R-square*, *Predictive Relevance*, *T-statistics*, dan *P-value*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang mana hal tersebut menjadi dampak pada loyalitas pelanggan. Di sisi lain, loyalitas pelanggan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap nilai suatu *brand* yang mencakup kekuatan dan kinerja merek. Sehingga loyalitas pelanggan merupakan prediktor yang kuat terhadap nilai *brand* dalam industri perhotelan dan pariwisata. Dengan memperkuat bagian tersebut, perusahaan akan memiliki sumber daya dan peluang yang besar dalam membangun reputasi dan nilai suatu merek.

**Kata Kunci:** *Pengalaman Pelanggan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Kekuatan Merek; Kinerja Merek; Industri Hotel; Indonesia.*

**Referensi:** 87 (1987 – 2021)