

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, Yesus Kristus atas segala berkat dan kebaikan yang telah diberikan, yang oleh-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan lancar. Tanpa adanya izin, kasih sayang, kemurahan, dan rahmat-Nya yang tak terbatas, penyelesaian tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan lancar.

Skripsi dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER LOYALTY* TERHADAP *BRAND POWER* DAN *BRAND PERFORMANCE* HOTEL INTERNASIONAL BINTANG 4-5 DI INDONESIA BERDASARKAN PERSPEKTIF KONSUMEN”** ini telah dilakukan dan diselesaikan dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan akhir dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen. Lebih lanjut, dilakukannya penelitian ini juga untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa.

Penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M. sebagai dosen pembimbing terbaik penulis yang telah banyak meluangkan waktunya dalam membimbing penulis dan teman-teman dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas kesabaran beliau dalam memberi arahan dan membagikan ilmunya yang sangat bermanfaat untuk proses penyelesaian tugas akhir ini. Tanpa dukungan, kebaikan, inspirasi dan ketegasan beliau, penyelesaian tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis juga menyadari adanya kebaikan, doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak yang secara langsung dan tidak langsung telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. sebagai Kepala Departemen Manajemen.
3. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M. sebagai Kepala Konsentrasi Pemasaran dan sebagai dosen pembimbing skripsi penulis.
4. Bapak Dr. Sidik Budiono, S.E., M.E. dan Bapak Zoel Hutabarat, M.B.A sebagai penguji dalam sidang skripsi penulis.
5. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto, SE., MM., Ak., CA sebagai pembimbing akademik penulis.
6. Bapak Tikno Iensufiie, S.T., M.Pd., M.A. sebagai dosen Pendidikan Agama Kristen yang telah membantu penulis dalam masa sulit sebelumnya.
7. Seluruh dosen yang telah mendidik dan membagikan ilmunya dengan sabar kepada penulis selama masa studi di Universitas Pelita Harapan.
8. Seluruh staff dan karyawan *Business School* yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi.
9. Papa dan Mama tersayang yang telah mendukung dalam kasih dan materi, selalu tanpa henti memberikan doa terbaik dan kesabarannya dalam memberi

nasihat serta arahan, sehingga memungkinkan penelitian ini untuk dapat terselesaikan.

10. Kedua saudara laki-laki penulis, Federick Vincent dan David Vincent, yang secara langsung maupun tidak langsung selalu mendukung penulis baik dalam materi maupun spiritual, meskipun selalu berantem dan bertengkar setiap hari.
11. Idelia Fenella, Vera Grasella dan Vionita Octaviani yang telah menjadi teman sekolah penulis hingga saat ini. Yang menerima kekurangan dan kelemahan penulis serta membantu mendukung penyelesaian tugas akhir ini.
12. Jessica Margareth Sandira dan kakaknya Cindy Margareth Sandira yang sudah menjadi teman perkuliahan penulis baik pada masa *online* maupun *offline*.
13. Clara Novia Krusita, Jazzon Abraham Sigit, dan Vanessa Cornellia yang menjadi teman kelompok magang penulis dan selalu saling membantu dalam penyelesaian *study case*.
14. Agriпти Listiani Fortuna sebagai Chief Mentor selama penulis menjadi Mentor dalam masa Mentoring, yang selalu mendukung dan memperkuat ikatan bersama teman-teman mentor lainnya. Terima kasih juga kepada teman mentor lain yang telah melalui masa Mentoring bersama selama satu tahun.
15. Wiliam Wijaya yang pernah menemani dan menjadi teman perkuliahan penulis saat masa-masa awal perkuliahan, sehingga penulis tidak lagi merasa kesepian.
16. Teman satu dosen pembimbing, terutama Anastasya Alex, Gloria dan Nathanael Aldo yang selalu *fast respon* dan menjawab pertanyaan-pertanyaan

penulis. Begitupula dengan Jingga, Michelle, Charles, Valencia, Aulya, Haskel, Veren, Rizaldi, dan Grace yang telah berjuang bersama-sama.

17. Semua teman sekelas penulis baik dari Manajemen, FLA, dan Retail (Pemasaran) sejak semester pertama hingga semester akhir.

18. Semua pihak yang tak terhitung jumlahnya, yang tak dapat penulis sebutkan secara satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

19. Dan terakhir kepada diri penulis sendiri, yang telah bersama-sama berjuang melalui hari-hari sulit, terima kasih karena selalu mengandalkan Tuhan setiap harinya, terima kasih karena masih percaya kepada diri sendiri, terima kasih karena selalu memberikan yang terbaik pada setiap pekerjaan dan kewajiban, dan terima kasih karena telah bertahan hingga saat ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembaca atas kesediaannya memberikan kritik dan saran kepada penulis untuk selalu meningkatkan kualitas penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, pelaku pasar, dan semua pihak yang membaca penelitian ini.

Tangerang, 5 November 2021

Penulis,

Fellicia Vincent

DAFTAR ISI

COVER

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

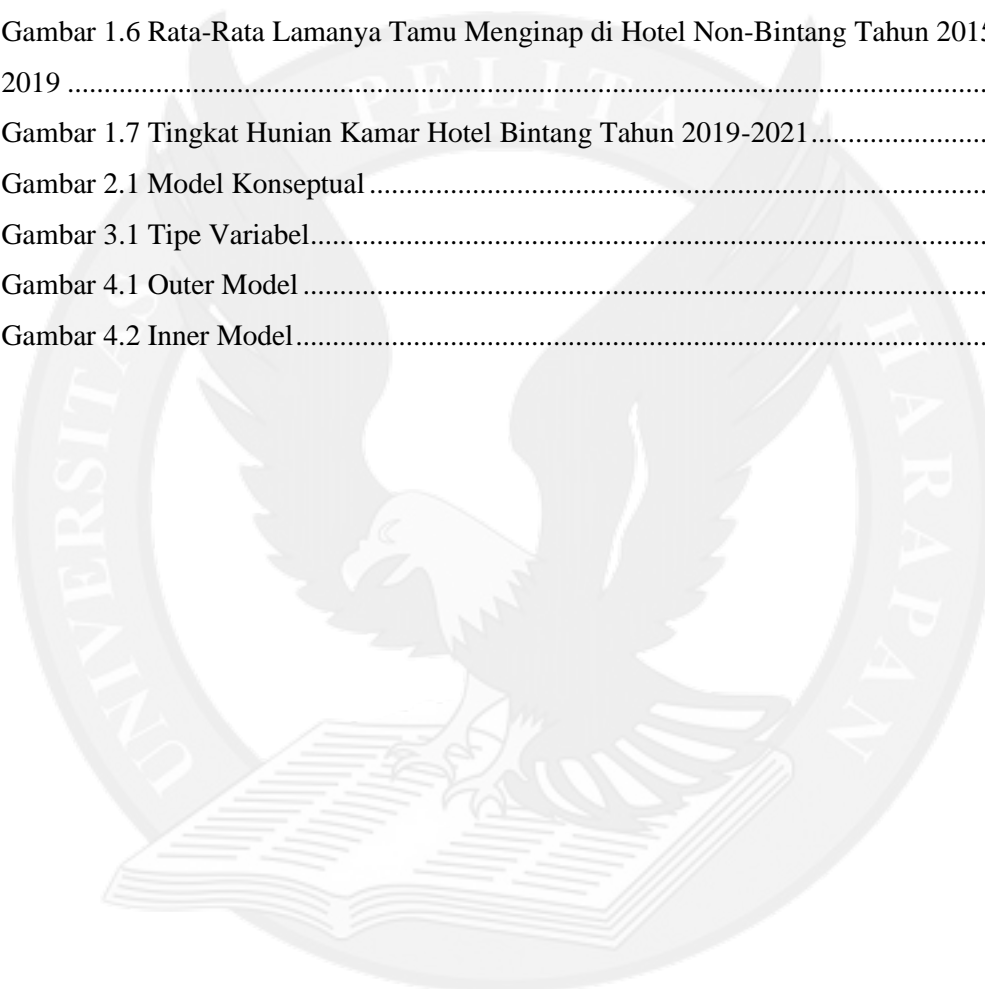
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Masalah Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	15
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	16
1.6 Kontribusi Penelitian	16
1.7 Garis Besar Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 <i>Customer Experience</i>	19
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3 <i>Customer Loyalty</i>	25
2.4 <i>Brand Power</i>	28
2.5 <i>Brand Performance</i>	29
2.6 Posisi Riset terhadap Penelitian Sebelumnya	32
2.7 Keterkaitan Antar Variabel	36
2.8 <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.9 <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	38
2.10 <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	39
2.11 <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Brand Power</i>	40
2.12 <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Power</i>	41
2.13 <i>Customer Loyalty</i> dan <i>Brand Power</i>	41

2.14	<i>Brand Power dan Brand Performance</i>	42
2.15	Model Konseptual.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Paradigma Penelitian	44
3.2	Penelitian Kuantitatif	47
3.3	Desain Penelitian	48
3.4	Objek Penelitian.....	50
3.5	Unit Analisis	50
3.6	Pengukuran Variabel.....	52
3.7	Definisi Konseptual dan Operasional	54
3.8	Pengukuran Skala.....	61
3.9	Metode Pengumpulan Data.....	65
3.10	Etika dalam Pengumpulan Data.....	67
3.11	Sampling	67
3.12	Ukuran Sampel.....	71
3.13	Metode dalam Analisis Data	72
3.13.1	Statistik Deskriptif.....	72
3.13.2	Statistik Inferensial	72
3.14	<i>Goodness of the Data</i>	73
3.14.1	Validitas.....	74
3.14.2	Reliabilitas	75
3.15	Structural Equation Modeling (SEM).....	76
3.16	Partial Least Square (PLS).....	77
3.17	<i>Preliminary Test</i>	80
3.17.1	<i>Validity Pre-Test Result</i>	80
3.17.2	<i>Convergent Validity Pre-Test</i>	81
3.17.3	<i>Discriminant Validity Pre-Test</i>	86
3.17.4	<i>Reliability Pre-Test Result</i>	89
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		91
4.1	Profil Responden.....	91
4.2	Jenis Kelamin.....	92
4.3	Usia	93
4.4	Domisili.....	93
4.5	Profesi	95

4.6	Pendidikan.....	96
4.7	Pendapatan Bulanan.....	96
4.8	Frekuensi Tinggal di Hotel	97
4.9	Bintang Hotel	98
4.10	Teman Perjalanan.....	98
4.11	Uji Aktual.....	99
4.12	Statistik Deskriptif	100
4.13	Statistik Inferensial	102
4.14	Validitas Konvergen – Uji Aktual	102
4.15	Validitas Diskriminan – Uji Aktual	105
4.16	Outer Model.....	108
4.17	<i>Common Method Bias</i>	108
4.18	<i>Goodness of Fit</i>	110
4.19	<i>R-Square (R²)</i>	113
4.20	Relevansi Prediktif.....	115
4.21	Uji Hipotesis	117
4.22	Inner Model.....	123
4.23	Pembahasan.....	123
4.24	Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya	134
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	136
5.1	Kesimpulan	136
5.2	Implikasi Teoritis	140
5.3	Implikasi Manajerial	141
5.4	Batasan Penelitian.....	143
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	143
	DAFTAR PUSTAKA.....	145
	LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2015-2019	3
Gambar 1.2 Pendapatan Pariwisata Indonesia	5
Gambar 1.3 Jumlah Tamu di Hotel Bintang Tahun 2015-2019.....	7
Gambar 1.4 Jumlah Tamu di Hotel Non-Bintang Tahun 2015-2019.....	7
Gambar 1.5 Rata-Rata Lamanya Tamu Menginap di Hotel Bintang Tahun 2015-2019	8
Gambar 1.6 Rata-Rata Lamanya Tamu Menginap di Hotel Non-Bintang Tahun 2015-2019	8
Gambar 1.7 Tingkat Hunian Kamar Hotel Bintang Tahun 2019-2021.....	10
Gambar 2.1 Model Konseptual	43
Gambar 3.1 Tipe Variabel.....	53
Gambar 4.1 Outer Model	108
Gambar 4.2 Inner Model.....	123



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya dan Hasil Penelitian.....	32
Tabel 3.1 Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.....	46
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasional	55
Tabel 3.3 Jenis Skala Pengukuran.....	63
Tabel 3.4 Skala Likert.....	64
Tabel 3.5 Perbandingan Desain Sampling Probabilitas dan Non-Probabilitas	69
Tabel 3.6 <i>Rule of Thumb</i>	79
Tabel 3.7 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Customer Experience</i>)	81
Tabel 3.8 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Customer Experience</i>)	82
Tabel 3.9 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Customer Satisfaction</i>)	82
Tabel 3.10 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Customer Satisfaction</i>)	82
Tabel 3.11 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Customer Satisfaction</i>)	83
Tabel 3.12 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Customer Loyalty</i>)	83
Tabel 3.13 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Brand Power</i>)	84
Tabel 3.14 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Brand Performance</i>).....	84
Tabel 3.15 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen (<i>Brand Performance</i>).....	85
Tabel 3.16 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Konvergen AVE.....	85
Tabel 3.17 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Diskriminan (<i>Customer Experience</i>).....	86
Tabel 3.18 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Diskriminan (<i>Customer Satisfaction</i>)	87
Tabel 3.19 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Diskriminan (<i>Customer Loyalty</i>).....	87
Tabel 3.20 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Diskriminan (<i>Brand Power</i>)	87
Tabel 3.21 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Diskriminan (<i>Brand Performance</i>).....	88
Tabel 3.22 Hasil <i>Pre-Test</i> Validitas Diskriminan – HTMT.....	88
Tabel 3.23 Hasil <i>Pre-Test Cronbach's Reliability</i>	89
Tabel 3.24 Hasil <i>Pre-Test Composite Reliability</i>	90
Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden	92
Tabel 4.2 Persentase Usia Responden.....	93
Tabel 4.3 Persentase Domisili Responden.....	94
Tabel 4.4 Persentase Profesi Responden.....	95
Tabel 4.5 Persentase Pendidikan Responden	96
Tabel 4.6 Persentase Pendapatan Bulanan Responden	97
Tabel 4.7 Persentase Frekuensi Tinggal di Hotel	98

Tabel 4.8 Persentase Bintang Hotel	98
Tabel 4.9 Persentase Teman Perjalanan Responden	99
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif	100
Tabel 4.11 Validitas Konvergen – <i>Factor Loading</i> > 0.70 untuk Uji Aktual	103
Tabel 4.12 Validitas Konvergen – Uji Aktual AVE	104
Tabel 4.13 Validitas Diskriminan – <i>Cross Loading</i> > 0.7 untuk Uji Aktual	105
Tabel 4.14 Validitas Diskriminan – HTMT < 0.9 untuk Uji Aktual.....	106
Tabel 4.15 Pengujian Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	107
Tabel 4.16 Nilai Outer VIF.....	109
Tabel 4.17 Nilai Inner VIF.....	110
Tabel 4.18 Perhitungan Indeks GoF	111
Tabel 4.19 Model Fit.....	113
Tabel 4.20 Nilai <i>R-Square</i>	113
Tabel 4.21 Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	115
Tabel 4.22 Relevansi Prediktif Q^2	116
Tabel 4.23 <i>Path Coefficients Bootstrapping</i>	117
Tabel 4.24 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dan Sekarang	135

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1
LAMPIRAN E.....	E-1

