

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY PADA HOTEL BINTANG 5 DI JAKARTA PUSAT

ABSTRAK

Industri perhotelan dan pariwisata telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hotel-hotel yang sukses disamping memberikan layanan yang berkualitas juga perlu menciptakan diferensiasi dengan membangun citra merek yang kuat untuk layanan hotel secara keseluruhan. Menarik pelanggan baru tetap menjadi tugas manajemen pemasaran saat ini. Namun, untuk industri hotel yang cukup bertumbuh juga harus fokus untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta membangun hubungan jangka panjang dengan mereka, sehingga tercipta *brand loyalty* pada pelanggan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *service quality* (*assurance, empathy, reliability, responsiveness, dan tangible*) secara parsial dan simultan terhadap *brand loyalty* pada Hotel Berbintang Lima di Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Demografi mengacu pada wisatawan domestik atau warga negara Indonesia yang pernah menginap di hotel bintang lima di Jakarta Pusat. Pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala likert. Jumlah sampel yang diambil adalah 235 responden dengan teknik *convenience sampling, non-probability sampling*. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif, pengujian kualitas data, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan analisis regresi sederhana, dan uji-t. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui SPSS menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh *assurance* terhadap *brand loyalty* pada Hotel Berbintang 5 di Jakarta Pusat. Terdapat pengaruh *empathy* terhadap *brand loyalty* pada Hotel Berbintang 5 di Jakarta Pusat. Tidak terdapat pengaruh *reliability* terhadap *brand loyalty* pada Hotel Berbintang 5 di Jakarta Pusat. Tidak terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap *brand loyalty* pada Hotel Berbintang 5 di Jakarta Pusat. Terdapat pengaruh *tangible* terhadap *brand loyalty* pada Hotel Berbintang 5 di Jakarta Pusat.

Kata kunci: *industry perhotelan, service quality, brand loyalty*

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON BRAND LOYALTY AT 5-STAR HOTELS IN CENTRAL JAKARTA

ABSTRACT

The hospitality and tourism industry has grown rapidly in recent decades. Successful hotels in addition to providing quality service also need to create differentiation by building a strong brand image for the overall hotel service. Attracting new customers remains the task of marketing management today. However, for a fairly growing hotel industry, it must also focus on retaining existing customers and building long-term relationships with them, so as to create brand loyalty to these customers. This study aims to determine the influence of service quality (assurance, empathy, reliability, responsiveness, and *tangible*) partially and simultaneously on brand loyalty at Five-Star Hotels in Central Jakarta. This research uses quantitative research methods with hypothesis testing. Demographics refers to domestic tourists or Indonesian citizens who have stayed in a five-star hotel in Central Jakarta. Data collection through questionnaires using a likert scale. The number of samples taken was 235 respondents with convenience sampling techniques, non-probability sampling. Data analysis techniques are descriptive analysis, data quality testing, and hypothesis testing using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, and simple regression analysis, and t-test. Based on the results of research obtained through SPSS shows that there is no effect of assurance on brand loyalty at 5-Star Hotels in Central Jakarta. There is an empathy influence on brand loyalty at 5-Star Hotels in Central Jakarta. There is no influence of reliability on brand loyalty at 5-Star Hotels in Central Jakarta. There is no influence of responsiveness on brand loyalty at 5-Star Hotels in Central Jakarta. There is a tangible influence on brand loyalty at 5-Star Hotels in Central Jakarta.

Keywords: *hospitality industry, service quality, brand loyalty*