

LAMPIRAN

A. Kuesioner Penelitian

Link : <https://forms.gle/Qf2Zuem7UJExiHjK7>

The image displays two sequential screenshots of a mobile survey form. The form is titled "Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang Lima di Jakarta Pusat".

The first screenshot shows the title and the "Profil Responden" section. It includes a question for "Jenis Kelamin *" with radio button options for "Perempuan" and "Laki-laki", and a question for "Usia *" with a radio button option for "18 - 25 tahun".

The second screenshot shows the "Usia *" question with five radio button options: "18 - 25 tahun", "26 - 33 tahun", "34 - 41 tahun", "42 - 49 tahun", and "> 50 tahun". Below this is the "Domisili *" question with three radio button options: "JABODETABEK", "Jawa", and "Sulawesi".

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Domisili *

- JABODETABEK
- Jawa
- Sulawesi
- Sumatera
- Kalimantan
- Bali
- Papua
- WNI yang berdomisili di luar negeri

Profesi / Pekerjaan *

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Profesi / Pekerjaan *

- Mahasiswa/i
- Karyawan
- Wiraswasta
- Pegawai Negeri
- Lainnya

Pendidikan Terakhir *

- SMP
- SMA
- Diploma
- Sarjana (S1,S2,S3)

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Sarjana (S1,S2,S3)

Pengeluaran per Bulan *

- < Rp 3.500.000
- Rp 3.500.000 - Rp 4.500.000
- Rp 4.500.000 - Rp 5.500.000
- Rp 5.500.000 - Rp 6.500.000
- > Rp 6.500.000

Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang Lima di Jakarta Pusat

Open-Ended Question

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang Lima di Jakarta Pusat

Open-Ended Question

Pernahkah responden menginap pada * hotel bintang 5 di Jakarta Pusat ?

- Ya
- Tidak

Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang Lima di Jakarta Pusat

Technical Questions

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang Lima di Jakarta Pusat

Technical Questions

Frekuensi menginap pada hotel bintang 5 di Jakarta Pusat dalam satu tahun *

1-2 kali

3-5 kali

> 6 kali

Alasan menginap pada hotel bintang 5 di Jakarta Pusat

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Alasan menginap pada hotel bintang 5 di Jakarta Pusat *

Liburan/ rekreasi

Konfrensi/seminar/pameran

Perdagangan/bisnis

Kunjungan kerabat/rekan

Acara (pernikahan/ulang tahun, dan lainnya)

Pilihlah dibawah ini hotel bintang 5 di Jakarta Pusat yang pernah responden kunjungi *

Hotel Indonesia Kempinski

Ascott Jakarta Pusat

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Jakarta Pusat yang pernah responden kunjungi

Hotel Indonesia Kempinski

Ascott Jakarta Pusat

Merlynn Park Hotel

Double Tree by Hilton Jakarta

Aryaduta Menteng

Grand Hyatt Jakarta

Shangri-La Jakarta

Mandarin Oriental Jakarta

Fraser Residence Menteng

Hotel Borobudur Jakarta

Pullman Jakarta Indonesia

Grand Mercure Jakarta Kemayoran

Fraser Residence Sudirman Jakarta

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Fraser Residence Menteng

Hotel Borobudur Jakarta

Pullman Jakarta Indonesia

Grand Mercure Jakarta Kemayoran

Fraser Residence Sudirman Jakarta

Grand Sahid Jaya Jakarta

Le Meridien Jakarta

The Orient Hotel Jakarta

AYANA Midplaza Jakarta

The Mayflower, Jakarta

The Hermitage a Tribute Portfolio Hotel, Jakarta

The Grand Mansion Menteng

Grand Mercure Jakarta Harmoni

The Sultan Hotel & Residence Jakarta

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Reliability
mengacu pada komitmen memberikan layanan yang konsisten setiap saat kepada tamu.

Hotel menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Hotel memberikan fleksibilitas layanan * berdasarkan kebutuhan tamu

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Responsiveness
mengacu pada penyediaan layanan yang cepat.

Staf hotel memberikan layanan yang cepat *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Hotel merespon dengan cepat keluhan * dan keadaan darurat

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Assurance
mengacu pada kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memberikan informasi yang benar kepada pelanggan.

Privasi pelanggan (informasi pribadi) * dijamin oleh hotel

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Staf hotel ramah dan mudah didekati *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Perilaku staf hotel menanamkan * kepercayaan pada pelanggan

1 2 3 4 5

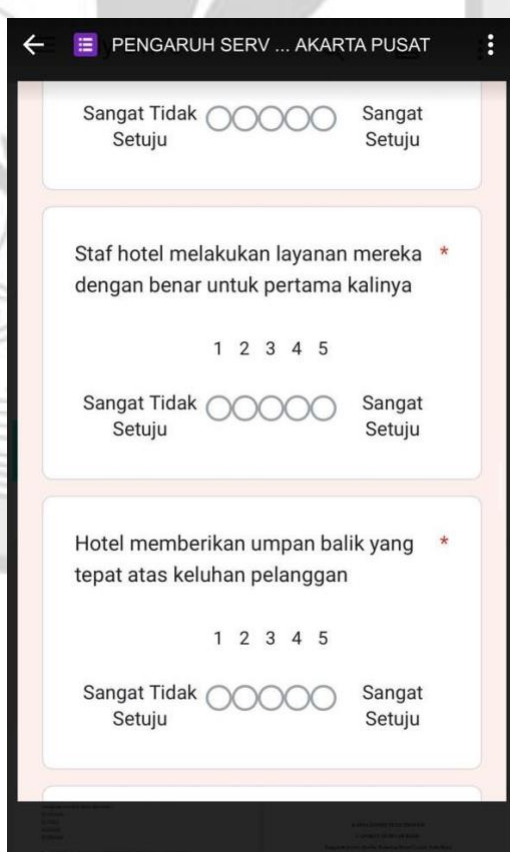
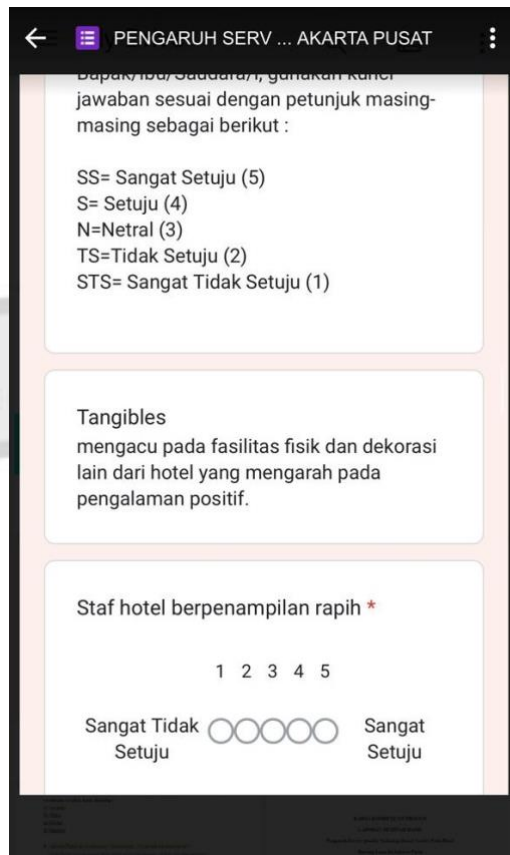
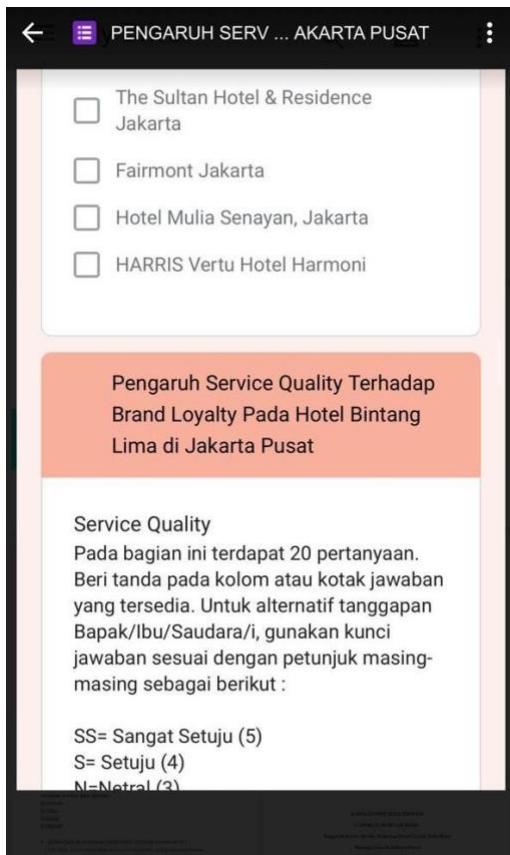
Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

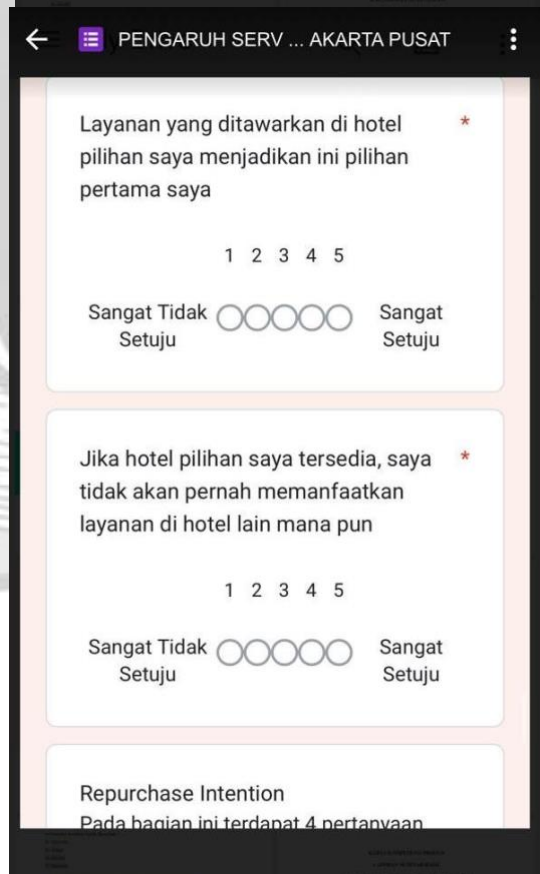
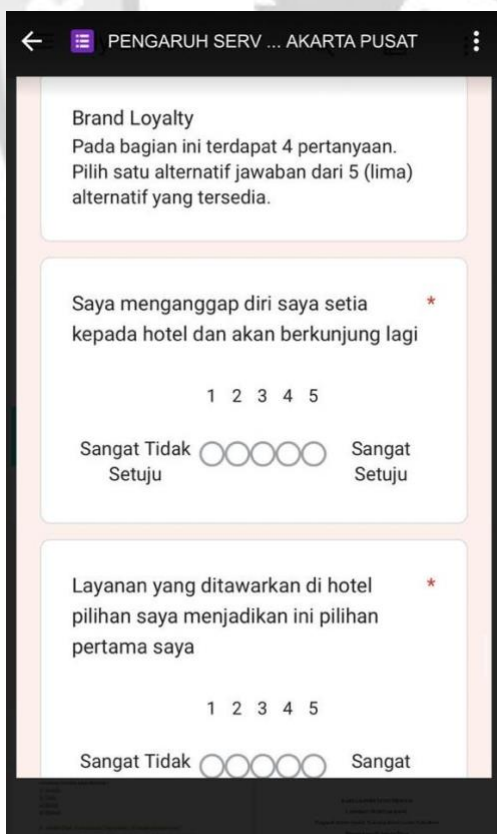
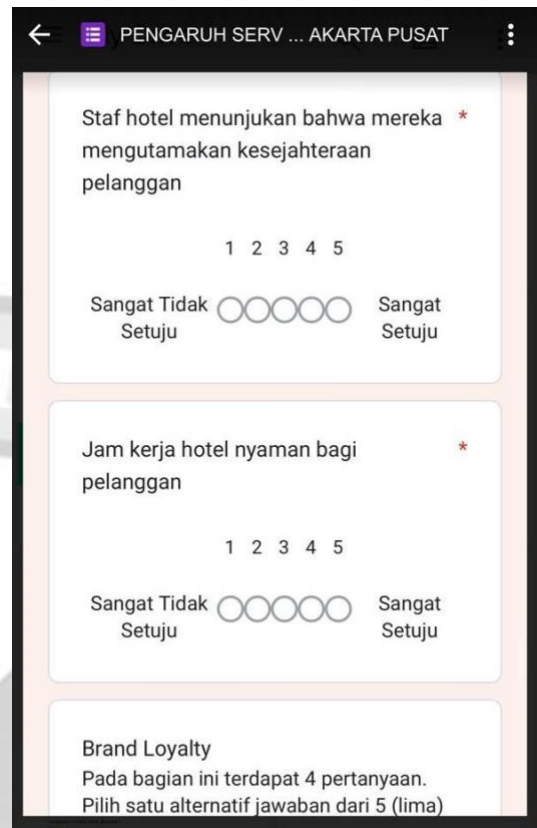
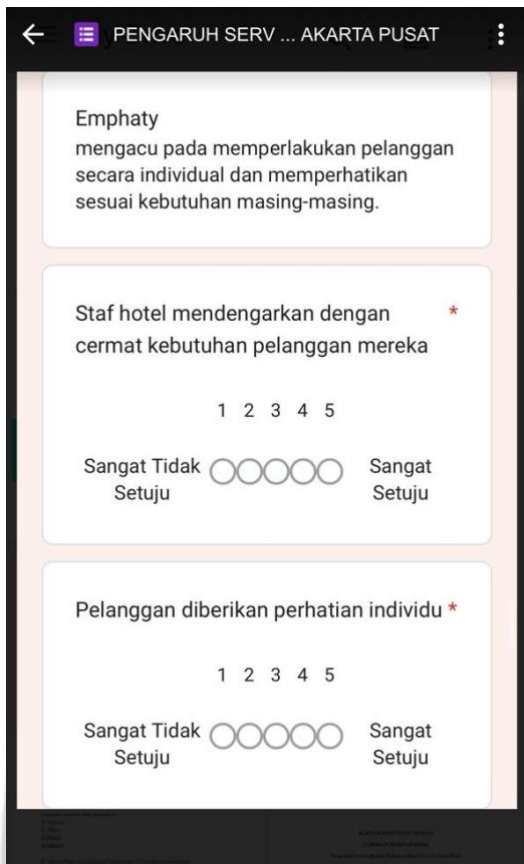
Staf hotel memiliki pengetahuan * tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Emphaty
mengacu pada memperlakukan pelanggan secara individual dan memperhatikan





← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Repurchase Intention
 Pada bagian ini terdapat 4 pertanyaan.
 Pilih satu alternatif jawaban dari 5 (lima)
 alternatif yang tersedia.

Saya ingin kembali ke hotel bintang 5, *
 tempat saya menginap di masa depan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Saya akan mempertimbangkan untuk
 meninjau hotel bintang 5, tempat saya
 menginap di masa depan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

Saya akan mempertimbangkan hotel *
 bintang 5, tempat saya menginap
 sebagai pilihan pertama untuk kembali
 menginap di masa depan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Saya akan memilih hotel bintang 5, *
 tempat saya menginap jika saya akan
 menginap lagi dilain waktu.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Pengaruh Service Quality Terhadap

← PENGARUH SERV ... AKARTA PUSAT

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○○○○○ Sangat Setuju

Pengaruh Service Quality Terhadap
 Brand Loyalty Pada Hotel Bintang
 Lima di Jakarta Pusat

End of questionnaire
 Terima kasih atas waktu dan tanggapan
 Bapak/Ibu/Saudara/i terhadap kuesioner
 ini. Kami sangat menghargai partisipasi
 dan kerja sama dari Bapak/Ibu/Saudara/i.

Submit Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. -
[Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

B. Hasil Output Pengolahan Data

Profil Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	95	40.4	40.4	40.4
	Perempuan	140	59.6	59.6	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 25 tahun	132	56.2	56.2	56.2
	26 - 33 tahun	31	13.2	13.2	69.4
	34 - 41 tahun	40	17.0	17.0	86.4
	42 - 49 tahun	24	10.2	10.2	96.6
	> 50 tahun	8	3.4	3.4	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JABODETABEK	100	42.6	42.6	42.6
	Kalimantan	13	5.5	5.5	48.1
	Sulawesi	38	16.2	16.2	64.3
	Jawa	44	18.7	18.7	83.0
	Sumatera	27	11.5	11.5	94.5
	WNI yang berdomisili di luar negeri	2	.9	.9	95.3
	Bali	9	3.8	3.8	99.1
	Papua	2	.9	.9	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	84	35.7	35.7	35.7
	Sarjana (S1,S2,S3)	96	40.9	40.9	76.6
	Diploma	54	23.0	23.0	99.6
	SMP	1	.4	.4	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Profesi/Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/i	105	44.7	44.7	44.7
	Wiraswasta	69	29.4	29.4	74.0
	Karyawan	37	15.7	15.7	89.8
	Pegawai Negeri	2	.9	.9	90.6
	Lainnya	22	9.4	9.4	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Pengeluaran Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 3.500.000	66	28.1	28.1	28.1
	Rp 3.500.000 - Rp 4.500.000	59	25.1	25.1	53.2
	Rp 4.500.000 - Rp 5.500.000	46	19.6	19.6	72.8
	Rp 5.500.000 - Rp 6.500.000	28	11.9	11.9	84.7
	> Rp 6.500.000	36	15.3	15.3	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Technical Questions

Frekuensi menginap pada hotel bintang 5 di Jakarta Pusat dalam satu tahun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 kali	154	65.5	65.5	65.5
	3-5 kali	68	28.9	28.9	94.5
	> 6 kali	13	5.5	5.5	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Alasan menginap pada hotel bintang 5 di Jakarta Pusat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Liburan/ rekreasi	114	48.5	48.5	48.5
	Perdagangan/bisnis	49	20.9	20.9	69.4
	Kunjungan kerabat/rekan	19	8.1	8.1	77.4
	Konfrensi/seminar/pameran	19	8.1	8.1	85.5
	Acara (pernikahan/ulang tahun, dan lainnya)	34	14.5	14.5	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Tangibles</i>	235	7.00	20.00	17.0553	2.78908
<i>Reliability</i>		8.00	20.00	17.3660	2.24611
<i>Responsiveness</i>		8.00	20.00	17.4383	2.27759
<i>Assurance</i>		6.00	20.00	17.1617	2.65370
<i>Empathy</i>		8.00	20.00	17.4085	2.29900
<i>Service quality</i>		45.00	100.00	86.4298	10.79245
Valid N (listwise)					
<i>Brand loyalty</i>	235	3.00	15.00	13.3404	1.81255
Valid N (listwise)	235				

Distribusi Frekuensi <i>Tangibles</i>					
T1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.4	.4	.4
	2.00	9	3.8	3.8	4.3
	3.00	22	9.4	9.4	13.6
	4.00	90	38.3	38.3	51.9
	5.00	113	48.1	48.1	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

T2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.9	.9	.9
	2.00	10	4.3	4.3	5.1
	3.00	25	10.6	10.6	15.7
	4.00	90	38.3	38.3	54.0
	5.00	108	46.0	46.0	100.0
Total		235	100.0	100.0	

T3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.4	.4	.4
	2.00	6	2.6	2.6	3.0
	3.00	24	10.2	10.2	13.2
	4.00	105	44.7	44.7	57.9
	5.00	99	42.1	42.1	100.0
Total		235	100.0	100.0	

T4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	1.3	1.3	1.3
	2.00	9	3.8	3.8	5.1
	3.00	19	8.1	8.1	13.2
	4.00	97	41.3	41.3	54.5
	5.00	107	45.5	45.5	100.0
Total		235	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi *Reliability*

R1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.4	.4	.4
	2.00	3	1.3	1.3	1.7
	3.00	20	8.5	8.5	10.2
	4.00	91	38.7	38.7	48.9
	5.00	120	51.1	51.1	100.0
Total		235	100.0	100.0	

R2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	1.7	1.7	1.7
	3.00	20	8.5	8.5	10.2
	4.00	109	46.4	46.4	56.6
	5.00	102	43.4	43.4	100.0
Total		235	100.0	100.0	

R3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.4	.4	.4
	2.00	4	1.7	1.7	2.1
	3.00	15	6.4	6.4	8.5
	4.00	99	42.1	42.1	50.6
	5.00	116	49.4	49.4	100.0
Total		235	100.0	100.0	

R4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	2.6	2.6	2.6
	3.00	21	8.9	8.9	11.5
	4.00	109	46.4	46.4	57.9
	5.00	99	42.1	42.1	100.0
Total		235	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Responsiveness**RES1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	.9	.9	.9
	3.00	15	6.4	6.4	7.2
	4.00	76	32.3	32.3	39.6
	5.00	142	60.4	60.4	100.0
Total		235	100.0	100.0	

RES2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	1.7	1.7	1.7
	3.00	21	8.9	8.9	10.6
	4.00	107	45.5	45.5	56.2
	5.00	103	43.8	43.8	100.0
Total		235	100.0	100.0	

RES3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	2.1	2.1	2.1
	3.00	15	6.4	6.4	8.5
	4.00	98	41.7	41.7	50.2
	5.00	117	49.8	49.8	100.0
Total		235	100.0	100.0	

RES4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.9	.9	.9
	2.00	7	3.0	3.0	3.8
	3.00	26	11.1	11.1	14.9
	4.00	105	44.7	44.7	59.6
	5.00	95	40.4	40.4	100.0
Total		235	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Assurance**A1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.9	.9	.9
	2.00	6	2.6	2.6	3.4
	3.00	24	10.2	10.2	13.6
	4.00	104	44.3	44.3	57.9
	5.00	99	42.1	42.1	100.0
Total		235	100.0	100.0	

A2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	1.3	1.3	1.3
	2.00	5	2.1	2.1	3.4
	3.00	25	10.6	10.6	14.0
	4.00	109	46.4	46.4	60.4
	5.00	93	39.6	39.6	100.0
Total		235	100.0	100.0	

A3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	2.1	2.1	2.1
	2.00	3	1.3	1.3	3.4
	3.00	35	14.9	14.9	18.3
	4.00	96	40.9	40.9	59.1
	5.00	96	40.9	40.9	100.0
Total		235	100.0	100.0	

A4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.4	.4	.4
	3.00	19	8.1	8.1	8.5
	4.00	67	28.5	28.5	37.0
	5.00	148	63.0	63.0	100.0
Total		235	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi *Emphaty***E1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.4	.4	.4
	3.00	20	8.5	8.5	8.9
	4.00	103	43.8	43.8	52.8
	5.00	111	47.2	47.2	100.0
Total		235	100.0	100.0	

E2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	.9	.9	.9
	3.00	24	10.2	10.2	11.1
	4.00	101	43.0	43.0	54.0
	5.00	108	46.0	46.0	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

E3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	1.7	1.7	1.7
	3.00	21	8.9	8.9	10.6
	4.00	104	44.3	44.3	54.9
	5.00	106	45.1	45.1	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

E4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.4	.4	.4
	2.00	2	.9	.9	1.3
	3.00	16	6.8	6.8	8.1
	4.00	107	45.5	45.5	53.6
	5.00	109	46.4	46.4	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi *Brand loyalty*

BL1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.9	.9	.9
	2.00	2	.9	.9	1.7
	3.00	7	3.0	3.0	4.7
	4.00	77	32.8	32.8	37.4
	5.00	147	62.6	62.6	100.0
Total		235	100.0	100.0	

BL2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	1.7	1.7	1.7
	2.00	4	1.7	1.7	3.4
	3.00	14	6.0	6.0	9.4
	4.00	89	37.9	37.9	47.2
	5.00	124	52.8	52.8	100.0
Total		235	100.0	100.0	

BL3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.9	.9	.9
	2.00	1	.4	.4	1.3
	3.00	16	6.8	6.8	8.1
	4.00	97	41.3	41.3	49.4
	5.00	119	50.6	50.6	100.0
Total		235	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Hotel bintang 5 di Jakarta Pusat yang pernah responden kunjungi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aryaduta Menteng	13	5.5	5.5	5.5
	Ascott Jakarta Pusat	8	3.4	3.4	8.9
	AYANA Midplaza Jakarta	4	1.7	1.7	10.6
	Double Tree by Hilton Jakarta	5	2.1	2.1	12.8
	Fairmont Jakarta	14	6.0	6.0	18.7
	Fraser Residence Sudirman Jakarta	14	6.0	6.0	24.7
	Grand Hyatt Jakarta	24	10.2	10.2	34.9
	Grand Mercure Jakarta Kemayoran	10	4.3	4.3	39.1
	Grand Mercure Jakarta Harmoni	5	2.1	2.1	41.3
	Hotel Indonesia Kempinski	10	4.3	4.3	45.5
	Grand Sahid Jaya Jakarta	9	3.8	3.8	49.4
	HARRIS Vertu Hotel Harmoni	3	1.3	1.3	50.6
	Hotel Borobudur Jakarta	19	8.1	8.1	58.7
	Hotel Mulia Senayan, Jakarta	18	7.7	7.7	66.4
	Le Meridien Jakarta	24	10.2	10.2	76.6
	Mandarin Oriental Jakarta	10	4.3	4.3	80.9
	Merlynn Park Hotel	12	5.1	5.1	86.0
	Shangri-La Jakarta	10	4.3	4.3	90.2
	The Grand Mansion Menteng	8	3.4	3.4	93.6
	The Hermitage a Tribute Portfolio Hotel, Jakarta	5	2.1	2.1	95.7
	The Mayflower, Jakarta	1	.4	.4	96.2
	The Orient Hotel Jakarta	4	1.7	1.7	97.9
	The Sultan Hotel & Residence Jakarta	2	.9	.9	98.7
	Le Meridien Jakarta	3	1.3	1.3	100.0
	Total	235	100.0	100.0	

C. Uji Regresi

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.712	.611		2.801	.006
	Tangibles	.154	.041	.237	3.781	.000
	Reliability	.118	.061	.146	1.943	.053
	Responsiveness	.076	.059	.095	1.283	.201
	Assurance	.059	.048	.086	1.216	.225
	Empathy	.266	.057	.337	4.666	.000

a. Dependent Variable: Brand loyalty

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.639	.631	1.10086

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangibles, Assurance, Responsiveness, Reliability
b. Dependent Variable: Brand loyalty

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	491.241	5	98.248	81.069	.000 ^b
	Residual	277.525	229	1.212		
	Total	768.766	234			

a. Dependent Variable: Brand loyalty
b. Predictors: (Constant), Empathy, Tangibles, Assurance, Responsiveness, Reliability



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir

Saya/kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama - NPM : Rachel Quinella - 01541180190
 Fakultas : Pariwisata
 Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
 Lokasi Kampus : Tangerang
 Jenis Tugas Akhir : Proyek Akhir
 Judul :

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


Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya/kami dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya/kami memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Pelita Harapan atas Tugas Akhir tersebut untuk diunggah ke dalam Repositori UPH.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya/kami tersebut, maka saya/kami bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Pelita Harapan dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di : Tangerang

Pada Tanggal : 24-Jun-2022 Yang menyatakan,

Tanda Tangan		(<i>tanpa meterai</i>)	(<i>tanpa meterai</i>)
Nama	(Rachel Quinella - 01541180190)	()	()



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
FAKULTAS PARIWISATA
PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
KARYA KOMPETENSI PROFESI**

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

Oleh:

Nama : Rachel Quinella
NPM : 01541180190
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.) Universitas Pelita Harapan – Tangerang, Banten.

Tangerang, 2 Agustus 2022

Pembimbing,


Julita, S.Par., M.Par

Mengetahui



**(Prof. Dr. Diena M. Lemy, A.Par., M.M., CHE)
Dekan Fakultas Pariwisata**



**(Dr. Amelda Pramezwary, A.Par., M.M. CHE)
Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
FAKULTAS PARIWISATA
PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**




PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada (hari dan tanggal sidang) telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par)

Program Studi Pengelolaan Perhotelan Universitas Pelita Harapan – Jakarta atas nama:

Nama : Rachel Quinella
Nomor Pokok Mahasiswa : 01541180190
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY PADA HOTEL BINTANG 5 DI JAKARTA PUSAT** oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda tangan
1. Prof. Dr. Diena M. Lemy, A.Par., M.M., CHE.	Sebagai Ketua	
2. Dr. Theodosia C. Nathalia, S.ST.Par.M.M.	Sebagai Anggota	
3. Dr. Meitolo Hulu, S.ST.Par., M.M.	Sebagai Anggota	

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir Karya Kompetensi Profesi ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir Karya Kompetensi Profesi dengan judul **PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY PADA HOTEL BINTANG 5 DI JAKARTA PUSAT** ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.) Program Studi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan – Jakarta.


Disadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Julita Then, S.Par., M.Par., selaku Pembimbing Proyek Akhir yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian Proyek Akhir ini
2. Ibu Prof. Dr. Diena Mutiara Lemy, A.Par., M.M., CHE., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Dr. Amelda Pramezwary, A.Par., M.M., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan.
4. Ibu Prof.Dr.Diena M.Lemy,A.Par.,M.M.,CHE., Dr. Theodosia C. Nathalia.S.ST.Par.M.M. dan Dr.Meitolo Hulu, S.ST.Par., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian Proyek Akhir ini

5. Seluruh dosen yang telah mendidik dan membagi ilmunya selama masa studi di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Pariwisata yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi.
7. Seluruh dosen, staf tata usaha, dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang berkontribusi dalam memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, dan saran yang sungguh bermanfaat bagi peneliti selama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan.
8. Orang tua dan seluruh anggota keluarga penulis yang tidak berhenti mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi kepada peneliti selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Pelita Harapan.

Akhir kata, disadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Tangerang, 2 Agustus 2022



Rachel Quinella