

# **Pengaruh *Customer Engagement* Terhadap *Repatronage Intention* pada Hotel Berbintang Lima Di Wilayah Jakarta**

## **Abstrak**

Pertumbuhan hotel berbintang lima yang terus berkembang di wilayah Jakarta menimbulkan persaingan yang semakin kuat dalam usaha bidang perhotelan. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menguji Pengaruh variabel *Customer Engagement* Terhadap variabel *Repatronage Intention* pada Hotel Berbintang Lima di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Kemudian populasi dari penelitian ini mengarah kepada warga Indonesia yang sudah pernah menginap pada hotel berbintang lima di wilayah Jakarta. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 197 responden dengan teknik pengambilan sampel *Convenience Sampling*. Selanjutnya pengumpulan data dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, pengujian kualitas data, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar  $14.319 >$  nilai t-tabel  $1.652$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer Engagement* (X) berpengaruh terhadap variabel *Repatronage Intention* (Y).

**Kata kunci:** *Customer Engagement, Repatronage Intention, Hotel*

## ***Research On The Effect Of Customer Engagement Towards Repatronage Intention At Five Star Hotels in Jakarta***

### **Abstract**

*The growth of five-star hotels that continues to develop in the Jakarta area creates increasingly strong competition in the hotel business sector. The purpose of this study is to examine the effect of the Customer Engagement variable on the Repatronage Intention variable at five-star hotels in the Jakarta area. This research uses quantitative research methods with hypothesis testing. Then the population of this study leads to Indonesian citizens who have stayed at five-star hotels in the Jakarta area. The samples taken were 197 respondents with the sampling technique. Convenience Sampling. Furthermore, the data is carried out online by distributing questionnaires. The data analysis technique used is descriptive analysis, data quality testing, and hypothesis testing. Based on the results obtained, it is known that the t-value is  $14,319 >$  the t-table is  $1,652$ , so it can be concluded that the Customer Engagement (X) variable has an effect on the Repatronage Intention (Y) variable.*

**Keywords:** *Customer Engagement, Repatronage Intention, Hotel*