

ABSTRAK

ANGEL RICCA

1501020373

THE IMPACT OF RECEPTIONIST SERVICE QUALITY TOWARDS BRAND IMAGE AT PRIME PLAZA HOTEL KUALANAMU MEDAN

(xviii+70 halaman; 9 gambar ; 32 tabel; 8 lampiran)

Saat ini, bisnis perhotelan berkembang pesat di Indonesia, terutama di Medan. Industri ini memiliki tujuan akhir untuk memuaskan pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang terbaik. Banyak pesaing baru yang berlomba-lomba untuk menjadi pilihan utama pelanggan dan pelanggan cenderung menuntut layanan yang lebih baik dan berkualitas tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap citra merek di Hotel Prime Plaza Kualanamu. Dalam penelitian ini, model SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman, telah diterapkan untuk menguji lima dimensi kualitas pelayanan: tangibilitas, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap citra merek di Hotel Prime Plaza Kualanamu.

Hotel Prime Plaza Kualanamu adalah hotel yang terletak di dekat Kualanamu International Airport. Hotel ini berdiri pada tahun 2017 dan merupakan hotel bintang 4. Prime Plaza hotel Kualanamu sendiri adalah bagian dari Prime Plaza Hotel group dan resorts yang sudah memiliki 14 properti tersebar di beberapa kota besar Indonesia, seperti Bali, Yogyakarta, Surabaya, Purwakarta, Cikarang, dan lainnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah 60 orang. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode convenience sampling dengan mengambil semua populasi sebagai sampel untuk diuji menggunakan SPSS. Skala yang digunakan untuk mengukur variabel adalah menggunakan skala likert.

Berdasarkan hasil pengujian pentingnya kualitas pelayanan resepsionis terhadap citra merek di hotel Prime. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan resepsionis berdampak terhadap citra merek di hotel Prime karena dari semua uji yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, resepsionis, citra merek

References : 25



ABSTRACT

ANGEL RICCA

1501020373

THE IMPACT OF RECEPTIONIST SERVICE QUALITY TOWARDS BRAND IMAGE AT PRIME PLAZA HOTEL KUALANAMU MEDAN

(xviii+70 pages; 9 exhibits; 32 tables; 8 appendixes)

Nowadays, the hotel business is growing rapidly in Indonesia, especially in Medan. This industry has the ultimate goal of satisfying customers by providing the best service. Many new competitors are competing to be the main choice of customers and customers tend to demand better service and high quality.

This study aims to measure the quality of service for brand image at Kualanamu Prime Plaza Hotel. In this study, the SERVQUAL model, developed by Parasuraman, has been applied to test five dimensions of service quality: tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy for brand image in Kualanamu Prime Plaza Hotels.

Prime Plaza Kualanamu Hotel is a hotel located near Kualanamu International Airport. This hotel was established in 2017 and is a 4 star hotel. Prime Plaza Kualanamu hotel itself is part of the Prime Plaza Hotel group and resorts that already have 14 properties spread across several major cities in Indonesia, such as Bali, Yogyakarta, Surabaya, Purwakarta, Cikarang, and others.

The method used in this research is quantitative analysis method. The population in this study was 60 people. The type of data used in this study are primary data and secondary data. This data was collected through interviews and questionnaires. This study uses a convenience sampling method by taking all of populations as samples to be tested using SPSS. The scale used to measure variables is using the Likert scale.

Based on the results of testing the impact of the quality of reception services to the brand image in Prime hotels. The results of this study show that the reception service quality has an impact on the brand image in Prime Plaza Hotel Kualanamu because of all the tests that have been done, the results obtained that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Key words: Service quality, receptionist, brand image.

References : 25