

ABSTRACT

DIANA PRASETYA

02619220002

ANALISIS FAKTOR *IMAGE*, *TECHNICAL DIMENSION*, *FUNCTIONAL DIMENSION*, *PRICE*, TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA TAMU *MAXONEHOTELS.COM @DHARMAHUSADA SURABAYA*

(xv+61 pages; 17 figures; 6 tables; 1 appendices)

Surabaya as the second metropolitan city after Jakarta has busy activities, especially in the field of trade and industrial centers. Therefore, the city of Surabaya can be a strategic location for the growth of the hotel industry to meet the needs of the community. In 2020, data taken from the East Java Association of Indonesian Hotels and Restaurants (PHRI) stated that the growth of star hotels in Surabaya was 120. With the development of the number of hotels in Surabaya which continues to decline, there will be quite tight business competition in the hospitality service industry. With this variety, the researchers finally chose MaxOneHotels.com @Dharmahusada Surabaya with a research focus on repurchase intention which is influenced by image, technical dimension, functional dimension, price through perceived value and customer satisfaction.

This study uses quantitative methods to determine causality and data processing using Structural Moment Analysis (AMOS) 24.0, an advanced mathematical analysis program. Data collection was carried out by distributing questionnaires through snowball sampling to 130 customer respondents of MaxOneHotels.com @Dharmahusada Surabaya. In conclusion, this study aims to provide valuable insights into the factors that influence Image Influence Analysis, Technical Dimensions, Functional Dimensions, Price, on Repurchase Intention through Perceived Value and Customer Satisfaction on MaxOneHotels.com Guest @Dharmahusada Surabaya. Research findings can help marketers improve strategies to increase repurchase intention. In conclusion, image has a significant influence with regression coefficient 0,449, then technical dimension with 0.168, functional dimension 0.004, price 0.357, percieved value 1.343, and customer satisfaction with 0.819. Repurchase intention has significantly influence by customer satisfaction and perceived value. But the biggest value is price. This hotel not only offer staycation to guest, but food & beverage are so good for them.

Keywords: *Image, Technical Dimension, Functional Dimension, Price, Perceived Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Hotel*

References: 70 (1981-2022)

ABSTRAK

DIANA PRASETYA

02619220002

ANALISIS FAKTOR *IMAGE*, *TECHNICAL DIMENSION*, *FUNCTIONAL DIMENSION*, *PRICE*, TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA TAMU *MAXONEHOTELS.COM @DHARMAHUSADA SURABAYA*

(xv+61 halaman; 17 gambar; 6 tabel; 1 lampiran)

Surabaya sebagai kota metropolitan kedua setelah Jakarta memiliki aktivitas yang padat khususnya dibidang pusat perdagangan dan industri. Oleh karena itu, Kota Surabaya bisa jadi lokasi yang strategis bagi pertumbuhan industri perhotelan untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat. Pada Tahun 2020 diambil dari data Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Jawa Timur mengemukakan pertumbuhan hotel berbintang di Surabaya ialah sebanyak 120 buah. Dengan perkembangan jumlah hotel di Surabaya yang terus merangkak naik, maka akan timbul persaingan bisnis cukup ketat dalam industri jasa perhotelan. Dengan aneka ragam tersebut akhirnya peneliti memilih MaxOneHotels.com @Dharmahusada Surabaya dengan fokus penelitian repurchase intention yang dipengaruhi oleh faktor image, technical dimension, functional dimension, price melalui perceived value dan customer satisfaction.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menentukan kausalitas dan pengolahan data menggunakan Analisis Moment Struktural (AMOS) 24.0, sebuah program analisis matematis tingkat lanjut. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui snowball sampling kepada 130 responden pelanggan MaxOneHotels.com @Dharmahusada Surabaya. Singkatnya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan berharga mengenai faktor-faktor yang menyebabkan Analisis Pengaruh Image, Technical Dimension, Functional Dimension, Price, terhadap Repurchase Intention melalui Perceived Value dan Customer Satisfaction pada Tamu MaxOneHotels.com @Dharmahusada Surabaya. Temuan penelitian dapat membantu pemasar meningkatkan strategi untuk meningkatkan repurchase intention. Kesimpulannya, citra mempunyai pengaruh yang signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,449, kemudian dimensi teknis sebesar 0,168, dimensi fungsional sebesar 0,004, harga sebesar 0,357, nilai yang dirasakan sebesar 1,343, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,819. Niat membeli kembali mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan. Namun nilai terbesarnya adalah harga. Hotel ini tidak hanya menawarkan staycation kepada tamunya, namun makanan & minuman juga sangat baik untuk mereka.

Keywords: *Image, Technical Dimension, Functional Dimension, Price, Perceived Value, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Hotel*

Referensi: 70 (1981-2022)