

ABSTRACT

STEWIN KENNEDY

03011200072

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, FACILITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT IBIS STYLES HOTEL BATAM

(xiv+100 pages; 8 figure; 39 tables; 8 appendices)

This study aims to examine brand awareness, facilities and service quality on customer satisfaction of Ibis Styles Hotel Batam. This research was conducted at Ibis Style Hotel, which is one of the hotels under the management of PT Trikarya Era Sukses in the city of Batam.

Good brand awareness creates customer satisfaction because the brand is perceived well. Customers will feel interested and buy the services offered if the company has good facilities from other competitors. Customers who want to return to the hotel and become loyal customers will increase if the police provide higher quality services.

The research method in this study is quantitative and descriptive using a causality study with a sample of 100 consumers. Respondents are customers who are taken using sampling criteria using non probability with convenience sampling.

The questionnaire distribution has passed the validity and reliability tests. The data tested has also passed the tests of normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and multiple linear regression. The results showed that brand awareness, facilities and service quality simultaneously affect customer satisfaction with a coefficient of determination of 48.7%. In partial testing, brand awareness, facilities and service quality have a significant effect on customer satisfaction.

It can be recommended to Ibis Hotel Nagoya Batam to strengthen the loyalty programme and improve the guest experience to create a deeper and more satisfying impression. Improve the convenience and accessibility of parking facilities to ensure a better guest experience from the moment of arrival. Enhance training for staff in customer service skills, communication, and sensitivity to guest needs. Improve speed of service and staff's ability to handle issues more efficiently.

Keywords: brand awareness, facility, service quality, customer satisfaction

References: 48 (2019-2024)

ABSTRAK

STEWIN KENNEDY

03011200072

PENGARUH KESADARAN MEREK, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA IIBIS STYLES HOTEL BATAM

(xiv+100 halaman; 8 gambar; 39 tabel; 8 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kesadaran merek, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ibis Styles Hotel Batam. Penelitian ini dilakukan di Ibis Style Hotel yang merupakan salah satu hotel yang di bawah manajemen PT Trikarya Era Sukses yang berada di kota Batam.

Kesadaran merek yang baik menciptakan kepuasan konsumen karena merek dipersepsikan dengan baik. Pelanggan akan merasa tertarik dan membeli jasa yang ditawarkan jika perusahaan memiliki fasilitas yang baik dari pesaing lainnya. Pelanggan yang ingin kembali ke hotel dan menjadi pelanggan setia akan bertambah jika polisi memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Metode penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif dan deskriptif dengan menggunakan studi kausalitas dengan sampel sebanyak 100 konsumen. Responden merupakan pelanggan yang diambil menggunakan kriteria pengambilan sampel menggunakan non probability dengan convenience sampling.

Penyebaran kuesioner telah melewati uji validitas dan reliabilitas. Data yang diuji juga telah lolos uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 48.7%. Pada pengujian secara parsial kesadaran merek, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dapat direkomendasikan kepada Ibis Hotel Nagoya Batam memperkuat program loyalitas dan meningkatkan pengalaman tamu untuk menciptakan kesan yang lebih mendalam dan memuaskan. Meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas fasilitas parkir untuk memastikan pengalaman tamu yang lebih baik sejak saat kedatangan. Meningkatkan pelatihan bagi staf dalam hal keterampilan layanan pelanggan, komunikasi, dan kepekaan terhadap kebutuhan tamu. Meningkatkan kecepatan layanan dan kemampuan staf untuk menangani masalah secara lebih efisien.

*Kata kunci: kesadaran merek, fasilitas, kualitas layanan, kepuasan pelanggan
Referensi: 48 (2019-2024)*