

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra hotel dan kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan industri perhotelan berbintang lima di Surabaya. Penelitian ini dilakukan mengingat dalam mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki perusahaan sehingga menjadi pelanggan setia telah diyakini dan terbukti menjadi sumber kinerja ekonomis yang lebih konsisten (Fornell dan Wernerfelt, 1987). Salah satu cara lain yang bisa digunakan untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memiliki pelanggan yang puas (Fornell, 1992). Selain adanya kepuasan yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan, terdapat citra (*image*) yang dibangun oleh perusahaan di mata pelanggan sehingga mampu membentuk persepsi bagi pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Zeithaml dan Bitner, 1996).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra hotel dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel terikatnya adalah kesetiaan pelanggan industri perhotelan berbintang lima di Surabaya. Seratus responden telah mengisi kuesioner dan menjadi sumber data penelitian ini. Dengan teknik Pearson *product moment correlation* yang dilanjutkan dengan *internal validity* dan teknik *cronbach alpha*, data penelitian ini telah memenuhi syarat valid dan reliabel. Uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap variabel terikat.

Sesuai dengan hasil analisis, diperoleh simpulan bahwa dari hasil uji F, menunjukkan citra hotel dan kepuasan pelanggan berpengaruh bersamaan secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan industri perhotelan berbintang lima di Surabaya, dan dari hasil uji t menunjukkan citra hotel dan kepuasan pelanggan masing-masing berpengaruh parsial secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan industri perhotelan berbintang lima di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran untuk manajemen industri perhotelan berbintang lima di Surabaya adalah mempertahankan layanan yang diberikan oleh hotel berbintang lima di Surabaya yaitu hotel Shangri-La, Hyatt Regency, Sheraton, dan JW. Marriot yang berstandar internasional, bahkan dapat meningkatkan layanan, sehingga citra hotel semakin tertanam dalam benak pelanggan dan kepuasan yang dirasakan makin kuat. Hal ini akan dapat mempengaruhi kesetiaan pelanggan, bahkan mereka akan memberikan rekomendasi atau *word of mouth* kepada orang lain untuk menginap di hotel tersebut. Bagi penelitian selanjutnya perlu dipertimbangkan untuk memperluas subyek penelitian, tidak hanya pada industri perhotelan, namun juga industri telekomunikasi, transportasi, perawatan kesehatan (*health care*), maupun rekreasi. Hal ini akan dapat diketahui gambaran secara lebih menyeluruh mengenai citra perusahaan (layanan) yang dihantarkan oleh suatu industri jasa dan kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap suatu layanan dari industri jasa, sehingga dapat diketahui varians atau perbedaan pengaruh citra hotel dan kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan dari masing-masing industri jasa tersebut.