

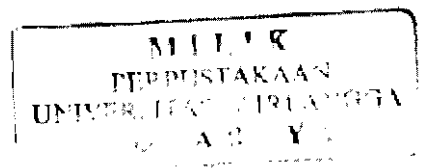
CONSULTING BEHARU

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN  
ATAS KEANGGOTAAN TERHADAP KESETIAAN ANGGOTA  
STARWOOD PLATINUM PRIVILEGE  
DI HOTEL WESTIN DAN SHERATON SURABAYA**

ff  
B. 97/02  
Pur  
a

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH :**

**MARTINA PURWANINGSIH**

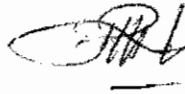
**No. Pokok : 049620899-E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2002**

**SKRIPSI TELAH DISETUJUI DAN SIAP DIUJI**

Surabaya, .....<sup>27/5/</sup>.....2002

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dr. Sri Wahyuni Astuti, SE, MS**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN  
ATAS KEANGGOTAAN TERHADAP KESETIAAN ANGGOTA  
STARWOOD PLATINUM PRIVILEGE  
DI HOTEL WESTIN DAN SHERATON SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**  
**MARTINA PURWANINGSIH**  
**No. Pokok : 049620899 - E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

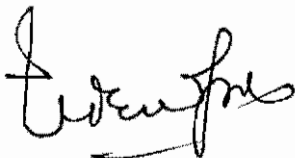
**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dr. Sri Wahyuni Astuti, SE, MS.**

**TANGGAL 12-7-2002**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dra. Ec. Hj. Soedewi Soedorowerdi, MS.**

**TANGGAL 16-07-2002**

## ABTRAKSI

Salah satu penunjang pariwisata yang penting adalah perhotelan. Dalam bisnis perhotelan banyak cara yang dilakukan oleh manajemen hotel dalam meningkatkan pendapatan baik dari penjualan kamar maupun dari produk yang lainnya. Salah satu cara yang dilakukan oleh manajemen hotel dalam menjarung pelanggan dan mempromosikan hotelnya adalah dengan adanya program keanggotaan. Dengan bergabung menjadi anggota maka pelanggan akan memperoleh fasilitas-fasilitas dan selanjutnya diharapkan menjadi pelanggan yang setia. Salah satu keanggotaan hotel yang cukup besar di Surabaya adalah Starwood Platinum Privilege, yaitu keanggotaan untuk hotel Westin dan Sheraton Surabaya.

Nilai pelanggan menurut Woodruff (1997:142) adalah penilaian pelanggan berdasarkan persepsinya terhadap atribut dan kinerja atribut, konsekuensi serta maksud dan tujuan pelanggan. Nilai pelanggan ini memegang peranan penting dalam menentukan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk. Kesetiaan pelanggan seperti diungkapkan oleh Assael (1995:131) adalah sikap positif dari konsumen terhadap suatu produk tertentu sebagai hasil dari pembelian yang konsisten terhadap produk tersebut setiap saat.

Skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apakah nilai pelanggan pada keanggotaan Starwood Platinum Privilege berpengaruh terhadap kesetiaan anggota Starwood Platinum Privilege untuk terus menjadi anggota Starwood Platinum Privilege di hotel Westin dan Sheraton Surabaya.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan anggota Starwood Platinum Privilege yaitu penilaian anggota berdasarkan persepsinya terhadap atribut dan kinerja atribut keanggotaan ( $X_1$ ), konsekuensi anggota ( $X_2$ ) serta maksud dan tujuan anggota ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kesetiaan anggota ( $Y$ ), berdasarkan hasil persamaan regresi yaitu :  $Y = 0.354 + 0.232 X_1 + 0.282 X_2 + 0.328 X_3 + e$ . Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0.625, pengaruh dari variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$  ini sebesar 62.5 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Dari hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari nilai pelanggan pada atribut dan kinerja atribut, nilai pelanggan pada konsekuensi dan nilai pelanggan pada maksud dan tujuan anggota Starwood Platinum Privilege terhadap kesetiaan anggota Starwood Platinum Privilege. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh yang bermakna dari masing-masing nilai pelanggan tersebut diatas terhadap kesetiaan anggota Starwood Platinum Privilege.

Dari hasil penelitian yang diperoleh, maka sebaiknya pihak manajemen hotel Westin dan Sheraton Surabaya maupun pihak manajemen Starwood Platinum Privilege mempertahankan dan meningkatkan kemudahan-kemudahan dalam penggunaan fasilitas keanggotaan, selalu berkomunikasi dengan anggota, menanggapi keluhan-keluhan anggota, dan memahami maksud dan tujuan anggota. Dengan demikian diharapkan kesetiaan anggota akan semakin meningkat.