

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, DAN
SERVICESCAPE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
HOTEL ASIA GROUP DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ALIFIA ARDIA ZALFA

B 100 150 006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *SERVICESCACE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* HOTEL ASIA GROUP DI
SURAKARTA**

Yang disusun oleh :

ALIFIA ARDIA ZALFA

B 100 150 006

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 09 Februari 2019

Pembimbing



(Drs. Moechammad Nasir, M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *SERVICESCPE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* HOTEL ASIA GROUP DI
SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

ALIFIA ARDIA ZALFA

B 100 150 006

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 09 Februari 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji :

1. Dra. Chuzaimah , M.M.
(Ketua dewan penguji)
2. Drs. Moechammad Nasir M.M.
(Anggota 1 dewan penguji)
3. Sri Murwanti S.E, M.M.
(Anggota 2 dewan penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
(Dr. Syamsudin, MM)





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ALIFIA ARDIA ZALFA
NIRM : 15.6.106.02016.500006
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*,
DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* HOTEL ASIA GROUP DI
SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 09 Februari 2019

Yang Membuat Pernyataan,

ALIFIA ARDIA ZALFA

B 100 150 006

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).” QS. Al-Insyirah, 6-8

“Wahai orang-orang yang beriman, mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” QS. Al-Baqarah 153

“Allah tidak akan menguji hamba-Nya diluar batas kemampuan hamba tersebut”

“Segala sesuatu yang baik, selalu datang disaat terbaiknya. Persis pada waktunya, tidak datang lebih cepat ataupun lebih lambat. Itulah kenapa rasa sabar harus disertai keyakinan”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan nikmat karunianya hingga terselesaikan skripsi ini, kupersembahkan untuk :

- **ALLAH SWT** atas segala rahmat dan nikmat yang telah diberikan.
- **Rasulullah SAW** semoga sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
- **Bapak dan Ibu** terimakasih sudah selalu menemani dikala senang dan susah, atas segala pengorbanan dan kasih sayang tulus yang telah diberikan kepada saya.
- **Sahabat-sahabatku** terima kasih atas semangat, perhatian, kasih sayang, motivasi, dan canda tawa. Semoga kelak kita selalu dapat menjaga silaturahmi dengan baik.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan membahas pengaruh *brand image*, *service quality*, dan *servicescape* terhadap *customer satisfaction* Hotel Asia Group di Surakarta. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan data dan sumber data yaitu data primer. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Berarti hipotesis pertama terbukti kebenarannya, artinya semakin baik citra perusahaan hotel tersebut maka konsumen akan semakin puas. Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Berarti hipotesis kedua terbukti kebenarannya, artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan konsumen semakin tinggi. Variabel *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.. Berarti hipotesis ketiga terbukti kebenarannya, artinya semakin baik lingkungan fisik yang diberikan hotel tersebut maka akan membangun kepuasan konsumen. Variabel *brand image*, *service quality*, dan *servicescape* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Brand Image, Service Quality, Servicescape, dan Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and discuss the influence of brand image, service quality, and servicescape on customer satisfaction Hotel Asia Group in Surakarta. The research method in this study uses a quantitative approach. While data and data sources are primary data. Based on the results of this study the brand image variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. It means that the first hypothesis is proven to be true, meaning that the better the image of the hotel company, the more satisfied consumers will be. Service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. It means that the second hypothesis is proven, meaning that the higher the quality of service provided, the higher customer satisfaction. Servicescape variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. It means that the third hypothesis is proven to be true, meaning that the better the physical environment the hotel provides, it will build customer satisfaction. Brand image, service quality, and servicescape variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Servicescape, and Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Syukur alhamdulillah penulis penatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kemudahan dan kedamaian berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* HOTEL ASIA GROUP DI SURAKARTA”** dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, bimbingan, petunjuk, ridho, dan kasih sayangmu yang takhenti-hentinya ngkau limpahkan kepadaku.
2. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Syamsyudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Imronudin, SE, MS.i Ph.D selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Drs. Moechammad Nasir M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan tulus dan sabar telah memberikan banyak arahan, masukan, waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa *study*.
7. Seluruh staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kelancaran proses administrasi maupun informasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu (Bapak Eddy Septiardi dan Ibu Ambarsari) dengan kasih sayang dan cinta, serta dukungan dan kebahagiaan dan doa yang tidak pernah berhenti, terimakasih penulis ucapkan untuk semua yang telah Bapak dan Ibu berikan sampai saat ini.
9. Arif Hanandya Trie Prasetya terimakasih untuk semua yang telah diberikan baik tenaga maupun waktu, dan terimakasih untuk semangat dan selalu ada disaat penulis butuh.
10. Untuk teman-teman yang sudah seperti keluarga, dan selalu memberikan keceriaan dalam kebersamaan dan semangat yang terus diberikan.

11. Untuk teman-teman mantan kelas A yang udah penulis anggap seperti keluarga, yang selalu memberikan support dikala revisi semoga selalu berkomunikasi dan menjalin silaturahmi dengan baik.
12. Teman-teman Manajemen jurusan Pemasaran angkatan 2015 yang saling memotivasi dan memberikan semangat selama menimba ilmu di UMS.
13. Untuk almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, terima kasih mengijinkanku berkembang dan menjadi seseorang yang lebih baik, untuk segala kenangan, untuk ilmu pendidikan yang telah kau beri.

Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas dukungannya dan bantuannya yang tulus serta doa yang diberikan penulis selama ini demi kelancaran dalam pembuatan skripsi ini. Semoga ALLAH SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis baik moril maupun materil dengan balasan yang berlipat ganda.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 09 Februari 2019
Penulis

ALIFIA ARDIA ZALFA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penelitian	10

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A.	Tinjauan Teori	12
1.	Konsep Pemasaran	12
2.	Konsep Jasa	13
3.	Pengertian Pemasaran Jasa	13
4.	Karakteristik Jasa	14
5.	Klasifikasi Jasa	15
6.	Pengertian Hotel	16
7.	Jenis – Jenis Hotel	17
8.	<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	17
9.	<i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan)	18
10.	<i>Servicescape</i> (Lingkungan Fisik)	19
11.	<i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen)	23
B.	Penelitian Terdahulu	29
C.	Hipotesis	35
D.	Kerangka Pemikiran	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
A.	Jenis Penelitian	40
B.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
C.	Data dan Sumber Data	43
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	44
E.	Teknik Pengumpulan Data	45

F. Uji Instrumen.....	46
G. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Deskripsi Karakteristik Responden	53
1. Karakteristik Jenis Kelamin	54
2. Karakteristik Usia	54
3. Karakteristik Jenis Pekerjaan	55
B. Analisis Data	56
1. Analisis Uji Instrumen.....	57
2. Analisis Regresi Berganda.....	61
3. Uji t	62
4. Uji F	65
C. Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Tabel Penelitian Terdahulu	29
Tabel IV.1	Hasil Diskripsi Jenis Kelamin.....	54
Tabel IV.2	Hasil Diskripsi Usia	55
Tabel IV.3	Hasil Diskripsi Jenis Pekerjaan.....	56
Tabel IV.4	Hasil Analisis Uji Validitas Metode CFA	58
Tabel IV.5	Hasil Analisis Uji Validitas Metode KMO	59
Tabel IV.6	Hasil Analisis Uji Validitas Metode <i>Bartlett's Test</i>	59
Tabel IV.7	Hasil Analisis Uji Reliabilitas	60
Tabel IV.8	Hasil Analisis Regresi Berganda	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	38
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Uji Validitas
	Uji Reliabilitas
	Uji Regresi Linier Berganda
	Uji- t
	Uji F
	Uji Determinasi R <i>square</i>
Lampiran 4	Tabel Distribusi t
	Tabel Distribusi F $_{0,05}$