

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PELANGGAN PADA HOTEL MIDTOWN BASUKI
RAHMAT SURABAYA**



Oleh:

**NICO HARJONO
19110022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PELANGGAN PADA HOTEL MIDTOWN BASUKI
RAHMAT SURABAYA**

**Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**NICO HARJONO
19110022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang ditulis oleh Nico Harjono

Dengan NPM 19110022

Telah diuji pada 15 Februari 2024

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Ketua Progam Studi



Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nico Harjono

NPM : 19110022

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

Judul : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PELANGGAN PADA HOTEL MIDTOWN BASUKI RAHMAT SURABAYA**

Mengetahui

Tanggal: 7 Februari 2024

Pembimbing



.....
(Deograsias Yoseph YF, S.E., M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi



.....
(Dr. Thyopoida W. S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PELANGGAN PADA HOTEL MIDTOWN BASUKI
RAHMAT SURABAYA

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari.....*kamis*.....Tanggal.....*15*.....Bulan.....*Februari*.....Tahun 2024

Disusun oleh:

Nama : Nico Harjono

NPM : 19110022

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji

1. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

(Ketua)

2. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.

(Anggota)

3. Deograsias Yoseph YF, S.E., M.M.

(Anggota)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nico Harjono

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Perhotelan

Alamat : Perumahan Demangan Regency Jln. Bougenvil No. 35, Kel. Kaloharjo, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62217.

No. Identitas : 3524222905020007

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PELANGGAN PADA HOTEL MIDTOWN BASUKI RAHMAT SURABAYA

Dengan jujur, saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya pribadi saya yang belum pernah dipublikasikan secara umum atau sebagian dalam bentuk jurnal atau media lain yang dapat diakses oleh masyarakat. Seluruh isi skripsi ini merupakan karya asli saya, dan semua sumber referensi yang saya gunakan telah diacu sesuai dengan norma akademik yang berlaku. Saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika jika di kemudian hari terbukti adanya pelanggaran seperti penyalinan atau peniruan karya tulis orang lain, termasuk pencabutan gelar sarjana. Pernyataan ini saya sampaikan dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab.

Surabaya, 28 Februari 2024

Hormat saya,



Nico Harjono

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Pelanggan, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan Pada Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya” dengan baik, tepat waktu, dan bermanfaat. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama Penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah menyediakan sarana dan fasilitas perkuliahan yang mendukung, serta memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menuntut ilmu di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Bruno Hami, M.M. selaku dosen wali yang selalu senantiasa membimbing dan mengajar peneliti dari pertama kali masuk hingga waktu penyusunan skripsi ini
5. Bapak Deograsias Yoseph YF, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi progam studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik



Darma Cendika Surabaya.

6. Semua sanak keluarga seperti Mama Yuni dan Kakak Nia yang selalu memberikan bantuan berupa semangat, doa, dan saran pada saat peneliti sedang menyusun skripsi ini
7. Bidadari Cantikku, Nurul Febriyanti dengan NPM 19310001 yang selalu mau menemani dan memberikan semangat beserta doanya pada saat peneliti menyusun skripsi ini.
8. Semua teman-teman seperti Tesa, Apin, Kharis, Rio, Dll. Yang selalu memberikan semangat dan doa pada saat penyusunan skripsi ini.

Dengan demikian peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung sehingga dapat membantu pengerjaan skripsi ini. Peneliti menyadari masih adanya banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyusun skripsi ini. Maka peneliti berharap adanya kritik dan saran yang membangun. Peneliti mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memajukan pendidikan di Indonesia.



ABSTRAK

Minat pembelian ulang Pelanggan memiliki peran penting terhadap berlansungnyanya jalannya perekonomian suatu hotel karena keberhasilan hotel dalam menjamin kepuasan tamu dengan membawa nama besar hotel yang disertai pelayanan yang terstandarisasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Pelanggan, dan Inovasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan pada Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data berasal dari hasil kuesioner yang berupa angket tertutup dan diisi secara online. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 sampel dan kuesioner disebar ke tamu saat waktu *check-in/out* dan *breakfast*. Penelitian ini melakukan uji validitas, reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi dan uji hipotesis untuk melihat pengaruhnya. Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS Versi 25, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel dinyatakan valid dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 0,196. Seluruh variabel juga dinyatakan reliabel dengan nilai cronbac'h alpha $> 0,60$. Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal dengan nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, dengan nilai tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 . Uji Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi karena tidak ada pola yang jelas dan distribusi titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai $Y = 5,680 - 0,202X_1 - 0,279X_2 + 0,273X_3$. Kontribusi variabel *Brand Image*, Kepercayaan Pelanggan, dan Inovasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan pada Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya adalah sebesar 49,1%, yang termasuk kategori sedang. Selanjutnya, analisis Uji t menunjukkan bahwa *Brand Image*, Kepercayaan Pelanggan, dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan pada Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya

Kata Kunci: *Brand Image*, Kepercayaan Pelanggan, Inovasi Produk, dan Minat pembelian Ulang

ABSTRACT

Customer repeat purchase intention plays a crucial role in the economic sustainability of a hotel, as the success of a hotel relies on ensuring guest satisfaction and building a reputable brand accompanied by standardized services. Therefore, this research aims to determine and analyze the influence of Brand Image, Customer Trust, and Product Innovation on Customer Repeat Purchase Intention at Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya. This study employs a quantitative method with data sourced from a questionnaire in the form of a closed survey conducted online. The determined sample size is 100, and questionnaires are distributed to guests during check-in/out and breakfast times. This research conducts validity tests, reliability tests, Classic Assumption Tests, Normality Tests, Multicollinearity Tests, Heteroskedasticity Tests, Multiple Linear Regression Tests, Coefficient of Determination Tests, and hypothesis tests to examine their effects. Based on data analysis using SPSS Version 25, the research results indicate that all statements in the questionnaire for each variable are considered valid, with a $r_{count} > r_{table}$ value of 0.196. All variables are also considered reliable with a cronbach's alpha value > 0.60 . The One Sample Kolmogorov-Smirnov Test for Normality shows that the data used has a normal distribution with a significance value > 0.05 . The Multicollinearity Test results show no symptoms of multicollinearity among independent variables in the regression model, with tolerance values ≥ 0.10 and $VIF \leq 10$. The Heteroskedasticity Test shows no signs of heteroskedasticity in the regression model because there is no clear pattern and distribution of points above and below the 0 on the Y-axis. The multiple linear regression equation in this study can be formulated as $Y = 5.680 - 0.202X_1 - 0.279X_2 + 0.273X_3$. The contribution of Brand Image, Customer Trust, and Product Innovation to Customer Repeat Purchase Intention at Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya is 49.1%, classified as moderate. Furthermore, t-test analysis shows that Brand Image, Customer Trust, and Product Innovation significantly influence Customer Repeat Purchase Intention at Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya.

Keywords: Brand Image, Customer Trust, Product Innovation, and Customer Repeat Purchase Intention



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Brand Image	12
2.1.2. Kepercayaan Pelanggan	13
2.1.3. Inovasi Produk	15
2.1.4. Minat Pembelian Ulang.....	16
2.1.5. Pengaruh Antar Variabel.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.2.1. Penelitian Terdahulu 1	19



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

3.7.4.	Uji Regresi Linier Berganda	42
3.7.5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.7.6.	Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		47
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
4.1.1.	Sejarah Singkat Hotel Midtown Basra Surabaya	47
4.1.2.	Visi Misi Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya.....	48
4.1.3.	Fasilitas dan Layanan Hotel Midtown Basra Surabaya	49
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.2.1.	Karakteristik Responden	53
4.3.	Pembahasan dan Analisis Data.....	56
4.3.1.	Uji Validitas	56
4.3.2.	Uji Reliabilitas	58
4.3.3.	Uji Deskriptif	58
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.3.5.	Analisa Regresi Linear Berganda.....	67
4.3.6.	Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.3.7.	Uji Hipotesis	69
BAB V PENUTUP.....		74
5.1.	Simpulan.....	74
5.2.	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		79



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang Bulan Januari - Maret	2
Tabel 1.2	Tingkat Penghunian Kamar Hotel 2023 (Persen)	4
Tabel 1.3	Daftar Peringkat Hotel Bintang Tiga di Surabaya	5
Tabel 2.2.1	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 1	20
Tabel 2.2.2	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 2	21
Tabel 2.2.3	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 3	23
Tabel 2.2.4	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 4	24
Tabel 2.2.5	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 5	25
Tabel 2.2.6	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 6	27
Tabel 3.1	Skala Likert	38
Tabel 3.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	44
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Intensitas Menginap	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.7	Skor Tanggapan Responden.....	59
Tabel 4.8	Analisis Pelanggan Terhadap Brand Image	60
Tabel 4.9	Analisis Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	61
Tabel 4.10	Analisis Pelanggan Terhadap Inovasi Produk	62

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Sejalan dengan peraturan yang berlaku, dituntut setiap orang untuk bertanggung jawab.





Tabel 4.11 Analisis Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	63
Tabel 4.12 Tabel Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.13 Tabel Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.14 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (uji t)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	28
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	46
Gambar 4.1 Fasilitas dan Layanan Hotel Midtown Basra Surabaya	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Variabel Brand Image	71
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	72
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Inovasi Produk.....	73

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2	Data Jawaban Responden	114
Lampiran 3	Hasil Perhitungan Uji Validitas	118
Lampiran 4	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	119
Lampiran 5	Hasil Perhitungan Uji Normalitas.....	119
Lampiran 6	Hasil Perhitungan Uji Multikolinieritas.....	120
Lampiran 7	Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas	120
Lampiran 8	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....	121
Lampiran 9	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	121
Lampiran 10	Hasil Uji Simultan (uji F).....	121
Lampiran 11	Hasil Uji Parsial (uji t).....	122
Lampiran 12	Lampiran Jumlah Jawaban Kuesioner Per Variabel dari Pelanggan Hotel Midtown Basuki Rahmat Surabaya	124
Lampiran 13	Jumlah Data Responden yang Mengisi Kuesioner Berdasarkan Karakteristik yang Ditentukan.....	125
Lampiran 14	R Tabel	125
Lampiran 15	T Tabel.....	126
Lampiran 16	Kartu Bimbingan Skripsi.....	127

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Semua bentuk pelanggaran plagiarist akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

