

PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL BENUA BANDUNG

Oleh
: Sellin Sabrina M

Pembimbing :
Dr. Ivan Diryana, ST.,MT.

ABSTRAK

Customer Perceived Value dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *Customer Perceived Value* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Benua Bandung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan data primer melakukan penyebaran kuisisioner kepada konsumen. Penarikan sample yang digunakan adalah *probability sampling* dengan *simple random sampling* yang terdiri dari 100 responden dengan kriteria konsumen yang representatif dengan penelitian ini. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan Uji hipotesis yaitu Uji T dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh *Customer Perceived Value* memiliki pengaruh sebesar 69,6%, serta secara parsial dan simultan uji hipotesis pun membuktikan terdapat pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Benua Bandung.

Kata Kunci : *Customer perceived value*, Kualitas pelayanan, dan Loyalitas pelanggan

**THE EFFECT OF CUSTOMER PERCEIVED VALUE AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY IN BENUA BANDUNG HOTELS**

Author:
Sellin Sabrina M

By:
Dr. Ivan Diryana, ST, MT.

ABSTRACT

Customer Perceived Value and service quality in influencing consumers to do customer loyalty. The purpose of this study was to determine the effect of Customer Perceived Value and service quality on customer loyalty at Hotel Benua Bandung. The method used is descriptive and verification method, using primary data to distribute questionnaires to consumers. The sample collection used is probability sampling with simple random sampling which consists of 100 respondents with the criteria of consumers who represent this research. Data analysis using multiple regression analysis, classic assumption test and hypothesis test, namely T test using the help of SPSS 20.0 for Windows. The results showed the effect of Customer Perceived Value had an effect of 69.6%, and partially and simultaneously hypothesis testing proved that there was an effect of Customer Perceived Value on customer loyalty at Hotel Benua Bandung.

Keywords: Customer perceived value, service quality, and customer loyalty