

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention Tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang

Oleh: Hansel Valentino Zaluchu

Tujuan dari penelitian ini ialah guna mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap *repurchase intention* tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang agar dapat meningkatkan kunjungan ulang tamu yang berdampak pada pendapatan Kyriad Hotel Bumiminang Padang.

Metoda pada penelitian berikut adalah kuantitatif dengan upaya pendekatan asosiatif kausal yang melibatkan tiga variabel. Sampel yang digunakan merupakan tamu yang pernah menginap dan sedang menginap di kyriad hotel bumiminang yaitu berjumlah 100 orang tamu dengan teknik *non probability sampling*. Teknik pengambilan data yang dipakai pada penelitian berikut adalah dengan menyebar angket yang menggunakan skala *likert* dengan 46 buah jumlah pernyataan yang lebih dulu di tes validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan tes normalitas, tes multikolinearitas dan tes heteroskedasitas. Uji hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 20.00.

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan tes Regresi linear berganda didapat F hitung 86.055 dengan sig $0,000 < 0,05$ maka hal ini berarti variabel kualitas pelayanan (X1) dan *Perceived Value* (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel *Repurchase Intention* (Y), maka H_0 diterima. Kemudian koefisien determinasi ditemukan R Square 0,640, artinya kontribusi variabel Kualitas pelayanan (X1) dan *Perceived value* (X2) terhadap variabel *Repurchase Intention* (Y) adalah senilai 64% sedangkan 26% ditentukan oleh aspek lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Perceived Value