

**PENGARUH KEPUASAN TAMU TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION TAMU DI HOTEL DAIMA PADANG**

SKRIPSI



OLEH :

MONICA TANIA

18135287

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN TAMU TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI HOTEL DAIMA PADANG

Nama : Monica Tania
NIM/BP : 18135287/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 24 Agustus 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Yuliana, SP, M.Si
NIP. 197007271997032003

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Hotel Daima Padang
Nama : Monica Tania
NIM/BP : 18135287/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

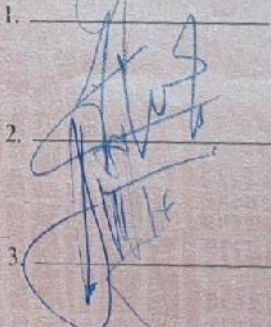
Padang, 24 Agustus 2023

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dr. Yuliana, SP, M.Si
2. Anggota : Kurnia Illahi Manvi, SST.Par, M.Par
3. Anggota : Adek Kurnia Fiza, SST.Par, M.Par

1. _____
2. _____
3. _____





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

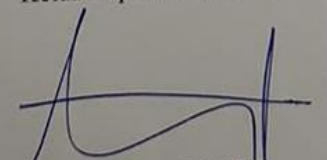
Nama : Monica Tania
NIM/TM : 18135287 / 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* Tamu di Hotel Daima Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,


Monica Tania
NIM. 18135287

ABSTRAK

Monica Tania (2023).“ Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* Tamu Di Hotel Daima Padang”. Skripsi. Program Studi D4 Manajemen Perhotelan. Jurusan Pariwisata. Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa permasalahan yaitu (1) adanya tamu yang tidak puas terhadap pelayanan hotel, (2) rendahnya persentase *repeater guest* serta terdapat tamu yang tidak ingin kembali menginap di Hotel, (3) pelayanan yang tidak ramah dari manager hotel terhadap tamu, (4) tamu yang kecewa terhadap ketidakprofesionalan karyawan hotel. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan tamu terhadap *repurchase intention* di Hotel Daima Padang.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi penelitian ini adalah tamu yang menginap di Daima Hotel Padang. Sampel penelitian berjumlah 97 orang tamu hotel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dari penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 25.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan tamu berada pada kategori kurang puas dengan persentase 47,42%. Selanjutnya pada variabel *repurchase intention* berada pada kategori minat datang kembali dengan persentase 59,79%. Pengaruh kepuasan tamu (X) terhadap *repurchase intention* (Y) dengan $R^2 = 0,255$ dengan persentase sebesar 25,50%, dengan signifikan $0.000 < 0.05$. jadi terdapat pengaruh X terhadap Y sebesar 25,50%, sedangkan 74,50% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kepuasan Tamu, *Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* Tamu Di Hotel Daima Padang”**. Adapun tujuan dari penulisan Skripsi adalah untuk memenuhi persyaratan pada Program Studi Diploma IV Manajemen Perhotelan di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak diberi arahan, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd , Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dr. Yuliana, SP, M.Si, selaku Wakil Dekan I dan Dosen Pembimbing dalam pembuatan skripsi.
3. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc, selaku Ketua Departemen Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Kurnia Illahi Manvi, SST.Par, M.Par selaku dosen penguji 1.
5. Bapak Adek Kurnia Fiza, SST.Par, M.Par selaku dosen penguji 2.
6. Seluruh dosen Departmen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
7. Ayah, Ibu, dan keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian yang melimpah, serta doa yang tidak pernah putus dipanjatkan

untuk penulis agar tetap berada dalam limpahan rahmat dan karunia Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, untuk itu penulis berharap adanya kritikan dan saran yang membangun untuk hasil penelitian penulis selanjutnya. Penulis berharap supaya hasil penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi kita semua, atas perhatian dari semua pihak penulis ucapkan terimakasih.

Padang, Agustus 2023

Penulis,

Monica Tania

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Aspek-aspek Teoritis.....	12
1. <i>Repurchase Intention</i>	12
2. Kepuasan Tamu	15
B. Kerangka Konseptual	18
C. Hipotesis penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	20
B. Tempat dan Waktu Penelitian	20
C. Variabel Penelitian	20
D. Definisi Operasional Variabel	21
E. Populasi dan Sampel	21
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
G. Instrumen Penelitian.....	24
H. Uji Coba Instrumen	28

I. Teknis Analisis Data	31
J. Uji Persyaratan Analisis	32
K. Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Karakteristik Responden	35
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	36
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan	37
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
B. Deskripsi Data	38
1. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Tamu.....	38
2. Deskripsi Data Variabel <i>Repurchase Intention</i>	47
C. Uji Persyaratan Analisis	57
1. Uji Normalitas	57
2. Uji Homogenitas	58
3. Uji Linearitas	59
D. Hasil Pengujian Hipotesis	60
1. Koefisien Determinasi	61
2. Uji Regresi Linear Sederhana	61
E. Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Persentase Hunian dan Repeater Guest Hotel Daima Padang pada bulan September 2021-Februari 2022	5
Tabel 2. Persentase Hunian dan Repeater Guest Hotel Daima Padang pada bulan September 2021-Februari 2022	22
Tabel 3. Pilihan jawaban Skala likert	25
Tabel 4. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 5. Uji Validitas	29
Tabel 6. Interpretasi Nilai r (Alpha Cronbach)	30
Tabel 7. Kepuasan tamu	31
Tabel 8. Repurchase intention	31
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	36
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan	37
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 14. Data Hasil Perhitungan Statistik Variabel Kepuasan Tamu.....	39
Tabel 15. Skor Jawaban Responden Tentang Kepuasan Tamu	39
Tabel 16. Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Indikator Harapan.....	40
Tabel 17. Skor Jawaban Responden Tentang Harapan	41
Tabel 18. Deskripsi Penilaian Responden Tentang Indikator Pengalaman.....	42
Tabel 19. Skor Jawaban Responden Tentang Pengalaman	42
Tabel 20. Data Hasil Perhitungan Statistik Indikator Kinerja.....	43
Tabel 21. Skor Jawaban Responden Tentang Kinerja.....	44
Tabel 22. Data Hasil Perhitungan Statistik Indikator Perbandingan.....	45
Tabel 23. Skor Jawaban Responden Tentang Indikator Perbandingan.....	45
Tabel 24. Data Hasil Perhitungan Statistik Indikator Konfirmasi dan Diskonfirmasi	46

Tabel 25.	Skor Jawaban Responden Tentang Indikator Konfirmasi dan Diskonfirmasi	47
Tabel 26.	Data Hasil Perhitungan Statistik Variabel <i>Repurchase Intention</i>	48
Tabel 27.	Skor Jawaban Responden Tentang Variabel <i>Repurchase Intention</i> .	49
Tabel 28.	Deskripsi Penilaian Responden Indikator Minat Transaksional	50
Tabel 29.	Skor Jawaban Responden Tentang Tentang Indikator Minat Transaksional	51
Tabel 30.	Deskripsi Penilaian Responden Tentang Indikator Minat Referensial.....	52
Tabel 31.	Skor Jawaban Responden Tentang Indikator Minat Referensial	53
Tabel 32.	Deskripsi Penilaian Responden Indikator Minat Preferensial.....	54
Tabel 33.	Skor Jawaban Responden Tentang Indikator Minat Preferensial	55
Tabel 34.	Deskripsi Penilaian Responden Indikator Minat Eksploratif.....	56
Tabel 35.	Skor Jawaban Responden Tentang Indikator Minat Eksploratif.....	57
Tabel 36.	Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Tamu Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	58
Tabel 37.	Uji Homogenitas	59
Tabel 38.	Uji Linearitas.....	60
Tabel 39.	Koefisien Determinasi (<i>R square</i>).....	61
Tabel 40.	Nilai Signifikasi.....	61
Tabel 41.	Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Ulasan Tentang Pelayanan	6
Gambar 2. Ulasan Tentang Pelayanan dan <i>Repurchase Intention</i>	7
Gambar 3. Ulasan Tentang Pelayanan Fasilitas	8

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Uji Coba dan Penelitian	71
Lampiran 2. Surat Balasan Uji Coba dan Penelitian.....	72
Lampiran 3. Lembar Kuisisioner Penelitian.....	73
Lampiran 4. Tabulasi Uji Coba.....	77
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
Lampiran 6. Tabulasi Penelitian	84
Lampiran 7. Statistik	90
Lampiran 8. Uji Persyaratan Analisis	96
Lampiran 9. Deskripsi Data	98
Lampiran 10. Dokumentasi.....	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Latar belakang munculnya pariwisata di dunia telah ada semenjak adanya perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya, dan oleh sebab itu, kebutuhan akan perjalanan harus terpenuhi, motivasi dan motif perjalanan yang berbeda-beda, sesuai dengan tingkat sosial budaya dan ekonomi mereka. Pariwisata merupakan sektor yang berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan mendukung perekonomian masyarakat. Manfaat dan peran pariwisata bagi suatu wilayah, negara bahkan dunia telah banyak diakui, sehingga pariwisata menjadi salah satu sektor yang mempunyai peranan cukup penting disamping sektor utamanya disisi lain juga seperti, di sektor pertanian, pertambangan, industri, politik, sosial budaya, dan lain-lain. Menurut Bakaruddin dalam Revida dkk (2020) menyatakan bahwa “Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk beberapa waktu dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan bertamasya untuk memenuhi keinginan.”

Sebuah tempat dapat dinyatakan tempat wisata jika memenuhi komponen pariwisata yaitu komponen 4A (*attraction, accessibility, amenities* dan *ancillary service*) menurut Cooper dalam (Nugroho & Prananta, 2018). *Amenities* merupakan komponen penting dalam pariwisata, salah satunya adalah akomodasi.