

**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI HOTEL DAIMA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**WENI WULANDARI
19135283/2019**

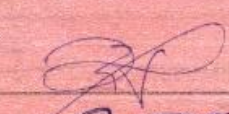
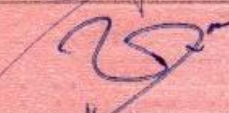

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

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 *Utilitarian Value* Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Daima Padang
Nama : Weni Wulandari
NIM/BP : 19135283/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

Nama		Tanda Tangan
1. Ketua	Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M	1. 
2. Anggota	Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE	2. 
3. Anggota	Adek Kurnia Fiza, S.ST. Par, M. Par	3. 

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI HOTEL DAIMA PADANG

Nama : Weni Wulandari
NIM/BP : 19135283/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

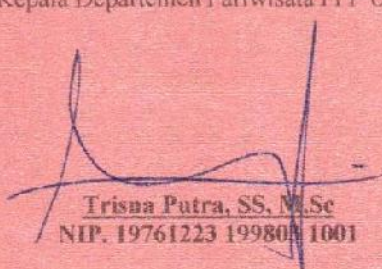
Padang, Agustus 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Hiiriyantomi Synthic, S.Ip, M.M
NIP. 197809032010121001

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199801 1001



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 : Weni Wulandari
 NIM/TM : 19135283 / 2019
 Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
 Departemen : Pariwisata
 Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Utilitarian Value* Terhadap Loyalitas Konsumen 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,

Kepala Departemen Pariwisata

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

Saya yang menyatakan,

Weni Wulandari
 NIM. 19135283

ABSTRAK

Weni Wulandari. 2023. Pengaruh *Utilitarian Value* terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *utilitarian value* terhadap loyalitas konsumen di Hotel Daima Padang.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausal dengan metode survey melalui data kuantitatif. Variabel dari penelitian ini terdiri dari Variabel bebas (*independen*) dan Variabel terikat (*dependen*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Hotel Daima Padang dengan sampel 174 orang. Instrumen penelitian ini adalah kuisioner (angket) yang disusun menurut skala likert. Uji coba instrument dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 26.00. Uji persyaratan analisis dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas.

Hasil penelitian ini adalah *Utilitarian Value* di Hotel Daima Padang secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan persentase 68% serta berada pada rentang skor 33,5-< 40,5. Loyalitas Konsumen tamu di Hotel Daima Padang secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan persentase 77% serta berada pada rentang skor 26,65-<31,95. Diperoleh koefisien regresi sebesar 12,283 dengan nilai sig. 0,000 < 0,05. Artinya setiap peningkatan sebesar satuan *Utilitarian Value* akan meningkatkan 12,283 satuan kepuasan tamu. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Utilitarian Value* terhadap Loyalitas Konsumen tamu di Hotel Daima Padang yaitu sebesar 0,467 (46,7%) dan selebihnya dipengaruhi faktor lain. Kemudian setiap peningkatan sebesar 1 satuan *Utilitarian Value* akan meningkatkan 0,684 satuan Loyalitas Konsumen tamu.

Kata kunci: Pengaruh, *Utilitarian Value*, Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat serta karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Utilitarian Value Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang**” sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Hambatan-hambatan baik dalam penulisan maupun penyusunan proposal skripsi ini banyak peneliti temui, tetapi berkat bantuan bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Oleh sebab itu melalui skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan juga selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.,Ip, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam penulisan skripsi.
4. Bapak Feri Ferdian, S.ST ,M.M, Ph.D, CHE selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.ST.Par, M.Par selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen, tenaga administrasi dan teknisi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
7. Teristimewa kedua orang tua saya Bapak Zahedy dan Ibu Afri Murni Serta kepada kakak yang telah memberi semangat, dukungan, doa serta materil dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dan terimakasih kepada seluruh teman-teman yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, ketidaksempurnaan tersebut di sebabkan oleh kemampuan, pengetahuan serta pengalaman peneliti yang masih terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan bagi kemajuan pada masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca khususnya.

Padang, Juni 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Aspek–aspek Teoritis	11
1. Loyalitas Konsumen Konsumen	11
a. Defenisi Loyalitas Konsumen Konsumen.....	11
b. Indikator Loyalitas Konsumen Konsumen	12
2. <i>Utilitarian Value</i>	14
a. Defenisi <i>Utilitarian Value</i>	14
b. Indikator <i>Utilitarian Value</i>	14
B. Kerangka Konseptual	16
C. Hipotesis.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	17
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
C. Variabel Penelitian	17
D. Definisi Operasional Variabel.....	18
E. Populasi dan Sampel	19
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	21

G. Instrumen Penelitian.....	22
H. Uji Coba Instrumen	24
I. Teknik Analisis Data.....	27
J. Uji Persyaratan Analisis	28
K. Pengujian Hipotesis.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	32
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	32
2. Deskripsi Variabel Data	35
3. Uji Persyaratan Analisis.....	49
4. Uji Hipotesis	52
B. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Data Repeater Guest Di Hotel Daima Padang 19
Tabel 2	Pilihan Jawaban Skala Likert 23
Tabel 3	Kisi-kisi Instrumen Penelitian 23
Tabel 4	Hasil Uji Validitas 25
Tabel 5	Reliabilitas Utilitarian Value 26
Tabel 6	Reliabilitas Loyallitas Konsumen 26
Tabel 7	Deskriptif Data 28
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 32
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 33
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 33
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung 34
Tabel 12	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung 34
Tabel 13	Data Statistik Variabel Utilitarian Value 35
Tabel 14	Distribusi Frekuensi Variabel Utilitarian Value 36
Tabel 15	Data Statistik Indikator Keandalan 37
Tabel 16	Distribusi Frekuensi Indikator Keandalan 38
Tabel 17	Data Statistik Convenience (kemudahan dan kenyamanan) 38
Tabel 18	Distribusi Frekuensi Indikator Convenience (kemudahan dan kenyamanan) 39
Tabel 19	Data Statistik Indikator Affordability (keterjangkauan) 40
Tabel 20	Distribusi Frekuensi Indikator Affordability (keterjangkauan) 41
Tabel 21	Data Statistik Indikator Multiple Benefit (Manfaat Berlipat) 41
Tabel 22	Distribusi Frekuensi Indikator Multiple Benefit (Manfaat Berlipat) . 42
Tabel 23	Data Statistik Variabel Loyalitas Konsumen 43
Tabel 24	Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen 44
Tabel 25	Data Statistik Indikator Pembelian Ulang 44
Tabel 26	Distribusi Frekuensi Indikator Pembelian Ulang 45

Tabel 27	Data Statistik Indikator Merekomendasikan Produk Kepada Orang Lain	46
Tabel 28	Distribusi Frekuensi Indikator Merekomendasikan Produk Kepada Orang Lain	47
Tabel 29	Data Statistik Indikator Berkata Positif	47
Tabel 30	Distribusi Frekuensi Indikator Berkata Positif.....	48
Tabel 31	Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 32	Hasil Uji Homogenitas	50
Tabel 33	Hasil Uji Linearitas	51
Tabel 34	Nilai Signifikasi	53
Tabel 35	Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y	53
Tabel 36	Koefisien Determinasi (R square) Variabel X terhadap Variabel Y..	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tampak Depan Hotel Daima Padang	4
Gambar 2 Rate Hotel Daima Di Situs Traveloka.....	4
Gambar 3 Review Negatif Tamu Yang Berkunjung.....	5
Gambar 4 Kerangka Konseptual	16

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang keindahan alamnya menarik wisatawan untuk berwisata. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisata yang menarik wisatawan dari seluruh dunia yang ingin berkunjung dan merasakan keindahan alam dan budaya Indonesia. Industri pariwisata yang berkembang pesat saat ini adalah akomodasi atau di sebut hotel. Industri perhotelan terus berkembang seiring dengan berkembangnya dunia usaha yang di tandai dengan terus bertambah nya jumlah hotel yang ada.

Menurut Budi (2013: 2), “Hotel adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya yang menginap seperti pelayanan kantor depan, tata graha, makan dan minum, MICE, serta rekreasi”. Untuk memperoleh keuntungan perusahaan tidak bisa dengan hanya meningkatkan volume penjualan saja tetapi juga mengamati tingkah laku konsumen serta memenuhi keinginan konsumen melalui usaha perbaikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Hal inilah yang perlu diperhatikan perusahaan agar dapat memasarkan produknya dan menciptakan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2018) menyatakan bahwa Loyalitas Konsumen merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan

pelanggan beralih. Loyalitas Konsumen konsumen merupakan sebuah usaha konsumen untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepuasan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang. Adanya Loyalitas Konsumen pelanggan terhadap suatu layanan jasa dapat diketahui dengan adanya pembelian secara berulang (Putri & Susanta, 2017).

Miao et al (2014) mengungkapkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan dan Loyalitas Konsumen pelanggan, dibutuhkan nilai atau keunikan tertentu sehingga pelanggan akan kembali menggunakan produk atau jasanya lagi di kemudian hari. Kunci untuk membangun hubungan pelanggan yang langgeng terletak pada penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul. Kepuasan pelanggan adalah salah satu pendorong utama Loyalitas Konsumen pelanggan, Utilitarian Value yang diberikan juga dapat memberikan pengaruh pada Loyalitas Konsumen pelanggan.

Menurut Selnes (Selnes, 1993) dalam Al-Rasyid (2018) Loyalitas Konsumen pelanggan dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat layanan yang diterima, dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan. Peneliti Thaichon dan Quach, (2015) mengungkapkan bahwa Loyalitas Konsumen pelanggan merupakan faktor penting dalam kesuksesan semua perusahaan, karena menarik pelanggan baru dalam lingkungan yang kompetitif ini lebih mahal dan kurang menguntungkan daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut Lin et al., (2020) utilitarian value dapat didefinisikan sebagai nilai yang berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi dalam evaluasi fungsional

yang dicapai melalui penggunaan barang atau jasa secara keseluruhan. Konsumen yang mempertimbangkan nilai utilitarian akan lebih objektif dalam menilai suatu produk atau layanan, semakin tinggi nilai manfaat yang diterima maka konsumen akan semakin merasa puas (Kesari & Atulkar, 2016).. Menurut Ni Luh Ade Purnami Swari (2017:1199) “Nilai Utilitarian yaitu persepsi konsumen dalam konsumsi berdasarkan atas pikiran dan logika yang rasional dari konsumen itu sendiri, yang melakukan perbelanjaan sesuai dengan manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari barang atau jasa tersebut.”

Menurut Agung Mudrajat (2017:36) mengungkapkan bahwa “Nilai Utilitarian berasal dari upaya sadar untuk mencapai akibat yang diinginkan, nilai ini bersifat instrumental, fungsional dan kognitif serta merepresentasikan *customer value* sebagai cara untuk mencapai tujuan. Berdasarkan defenisi di atas *Utilitarian value* merupakan sebuah nilai yang memperlihatkan minat konsumen dalam menggunakan suatu produk berdasarkan kegunaan, sifat, dan fungsi praktis produk tersebut, karena adanya dorongan kebutuhan yang harus dipenuhi. Jadi, dapat dikatakan bahwa *utilitarian value* lebih menekankan pada guna dari sesuatu dibandingkan dengan aspek lainnya.



Gambar 1 Tampak Depan Hotel Daima Padang

Sumber : Traveloka, Di Akses Mei 2023


Salah satu hotel yang ada di kota Padang adalah Hotel Daima Padang. Hotel Daima Padang merupakan hotel bintang tiga (***) yang terletak di Jalan Jenderal Sudirman No. 17 Padang dengan 7 department yaitu :Front office department, F&B department, sales and marketing department, human resource department, accounting department, planning department dan terakhir housekeeping department dengan 54 karyawan dan kapasitas 93 kamar yaitu 48 kamar superior, 38 kamar luxury dan 7 kamar family room.



Gambar 2 Rate Hotel Daima Di Situs Traveloka


Sumber : Ulasan Traveloka, Di Akses Mei 2023


Berdasarkan Rate dari situs Traveloka di atas, sebagian besar pengunjung memberikan rate paling tinggi bintang 10 terhadap hotel daima padang. Salah satu *review* tamu seperti gambar di bawah ini :

 30 Jan 2023

SDM agak cuek, kolam renang terlalu dalam untuk anak-anak, fasilitas bersih dan bagus, lokasi


[Selengkapnya](#)


 **Sukmi A. S.**

 04 Jan 2023


Salah seorang karyawan di receptions bahasa etikanya kurang baik menyuruh customer dengan intonansi yang tidak beretika sambil mengerjakan administrasi. Seharusnya etika biasa di rumah sehari hari tidak di pakai kepada kami yang memberi gaji buat mereka!


Bisnis

 **Jefries J.**


 03 Jan 2023


Untuk kamar dan fasilitasnya bagus, cuma pendingin ruangnya ngga berfungsi maksimal suhu sudah dibuat minimum masih panas dan bocor air netes dari AC nya.


 **Nopan K.**

 10 Jan 2023

Kamarnya kotor! Pas baru masuk kamar setelah check in, kami sudah disuguhkan dengan rambut tamu sebelumnya di lantai dan kasur! Spreinya kumuh dan sobek di beberapa bagian. Pas dibuka, kelihatan matras proyektor kasurnya penuh dengan noda coklat berbentuk pulau-pulau bermacam rupa dengan bau yang menyengat. Kamar mandi nya juga kotor, ada kotoran di wastafel dan kloset. Hotel ini kualitas nya sangat buruk. It is not recommended!


 **Wahid R. D.**


 3 orang merasa terbantu

 23 Mar 2022

Wifi nya bermasalah, sudah komplain tapi tidak ada solusi. Receptionist kurang senyum 🙏 kalah ramah sama satpamnya.

Liburan

 **Ken A. S. D. W.**

 3 orang merasa terbantu

Gambar 3 Review Negatif Tamu Yang Berkunjung

Sumber : Situs Traveloka, Di Akses Mei 2023

Berdasarkan ulasan di atas, terdapat keluhan tamu mengenai pelayanan yang di berikan oleh karyawan resepsionist kepada tamu kurang baik, kurang ramah dan terlihat jutek kepada tamu yang berkunjung. tamu merasa harapannya belum terpenuhi dikarenakan komunikasi yang kurang baik ketika proses *check in* dan *check out* tidak senyum, seharusnya ketika menangani keluhan tamu seorang *receptionist* pertama kali harus menanggapi dengan sikap tenang dan seorang *receptionist* itu harus dapat berkomunikasi dengan baik dengan tamu.

Permasalahan berikutnya tamu tidak mendapat kenyamanan dan kepuasan selama menginap di karenakan kebutuhan dan harapannya belum terpenuhi tamu merasa kecewa bahwa kamar yang mereka pesan tidak sesuai dengan harapannya, seperti ac yang bocor yang tidak berfungsi dengan baik dan juga ada nya keluhan tamu mengenai bau yang tidak sedap di sarung bantal nya dan wifi nya juga tidak berfungsi dengan baik. Tamu merasa tidak puas dengan pelayanan dan fasilitas yang di sediakan dan tamu tidak ingin berkunjung kembali ke hotel tersebut.

Di era globalisasi saat ini, persaingan yang dihadapi oleh industri perhotelan menuntut hotel-hotel yang ada khususnya di kota-kota besar di Indonesia, selain memenuhi fungsi utama akomodasi, juga meningkatkan pelayanannya dengan menyediakan akomodasi yang nyaman (utilitarian). Kepuasan tamu merupakan kunci dalam menciptakan Loyalitas Konsumen tamu. Kepuasan tamu penting di ketahui oleh pihak hotel, agar terciptanya rasa setia dan keinginan tamu untuk menggunakan jasa atau produk yang di tawarkan oleh pihak hotel. Dengan meningkatkan nilai utilitarian di hotel tersebut maka permintaan akan produk yang di tawarkan pun akan meningkat sehingga mampu menarik minat tamu untuk terus berkunjung ke hotel tersebut serta akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan hotel tersebut.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini penting di lakukan apabila masalah tersebut di abaikan secara terus menerus maka di khawatirkan akan berdampak bagi hotel daima padang di masa yang akan datang. Maka dari

itu hotel daima harus mempertahankan nilai utilitarian supaya tamu bisa kembali berkunjung ke hotel daima padang dengan memberikan Utilitarian Value dan fasilitas yang tamu butuhkan yang memuaskan bagi setiap tamu yang berkunjung. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti akan mengangkat judul penelitian tentang **"Pengaruh *Utilitarian Value* Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Daima Padang"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Adanya komentar negative tamu yang tidak menyenangkan tentang hotel daima padang.
2. Tamu tidak merekomendasikan hotel daima untuk di kunjungi karna tidak mendapat kesenangan dan kenyamanan selama menginap.
3. Tamu tidak ingin berkunjung kembali karna pelayanan jasa dan konsumsi yang di sediakan tidak sesuai harapan tamu.
4. Tamu merasa kecewa karna tidak mendapatkan kenyamanan selama menginap di karenakan kebutuhannya selama menginap tidak terpenuhi seperti wifi hotel nya tidak berfungsi dengan baik.
5. Tamu tidak mendapat kenyamanan dan kepuasan selama menginap karna harapan tamu tidak terpenuhi seperti ac yang tidak berfungsi dengan baik dan kamarnya mandinya yang kotor.
6. Tamu merasa tidak puas karna kurangnya Multiple Benefit (Manfaat Berlipat) dan interaksi personal karyawan ke tamu yang berkunjung.

7. Tamu merasa tidak puas karna mendapatkan pelayanan berbeda dengan tamu lain.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas , maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Nilai *Utilitarian* di Hotel Daima Padang
2. Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang
3. Pengaruh nilai *Utilitarian* terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang peneliti jabarkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Nilai *Utilitarian* di Hotel Daima Padang?
2. Bagaimana Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang?
3. Bagaimana Pengaruh Nilai *Utilitarian* terhadap Loyalitas Konsumen Hotel Daima Padang?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *utilitarian value* terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *utilitarian value* di Hotel Daima Padang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *utilitarian value* terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Daima Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel Daima Padang

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan acuan untuk melakukan perbaikan dalam upaya peningkatan *utilitarian value* di hotel daima padang agar dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen tamu sehingga jumlah konsumen meningkat.

2. Bagi Departemen Pariwisata FPP-UNP

- a. Menambah, memperkaya penelitian dan menjadi untuk fakultas pariwisata dan perhotelan khususnya program studi D4 manajemen perhotelan.
- b. Dapat berguna untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa dan pertimbangan yang akan melakukan penelitian serta menambah khasanah penelitian di universitas negeri padang khususnya program studi D4 manajemen perhotelan tentang pengaruh *utilitarian value* terhadap Loyalitas Konsumen tamu di hotel daima padang.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

- a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat di jadikan bahan referensi bagi peneliti berikutnya yang serupa dengan topik yang sama.
- b. Dapat dijadikan sebagai penelitian relevan

4. Bagi Penulis

- a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan peneliti.
- b. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) di Universitas Negeri Padang.