

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI FOUR POINTS BY SHERATON BATAM**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
(S.ST) Universitas Negeri Padang*



OLEH :

FITRI CHAIRANI

NIM/BP.19135016/2019

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI FOUR POINTS BY SHERATON BATAM**

Nama : Fitri Chairani
NIM/BP : 19135016/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

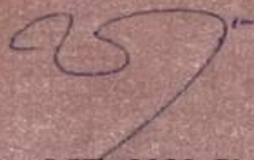
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, S.E., M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



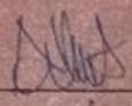
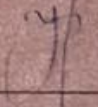
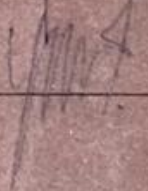
Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012

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 *Brand Image* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Four Points by Sheraton Batam
Nama : Fitri Chairani
NIM/BP : 19135016/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Nidia Wulansari, S.E., M.M.	1. 
2. Anggota : Dr. Yuliana, SP, M.Si	2. 
3. Anggota : Youmil Abrian, S.E., M.M.	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 : Fitri Chairani
NIM/TM : 19135016 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Four Points by Sheraton Batam” 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


Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,



Fitri Chairani
NIM. 19135016

ABSTRAK

Fitri Chairani (2023). “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Four Points By Sheraton Batam. Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian dilatarbelakangi dengan adanya beberapa permasalahan yaitu *occupancy* belum mencapainya target manajemen, kurangnya informasi dari pihak hotel kepada tamu, tingginya ekspektasi terhadap hotel, pengalaman buruk di alami oleh tamu yang membuat reputasi *brand* menjadi buruk, dan hotel belum memenuhi standar *brand* Four Points by Sheraton Batam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan tamu menginap di Four Points by Sheraton Batam.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini yaitu tamu yang sudah pernah menginap di *brand* Four Points by Sheraton Batam dan sampel yang digunakan sebanyak 98 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala *likert* yang telah diuji analisis hipotesisnya. Data dari penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 26.00.

Hasil penelitian adalah *brand image* (X) pada Four Points by Sheraton Batam dalam kategori baik (35,7%). Keputusan Tamu Menginap (Y) pada Four Points by Sheraton Batam dalam kategori baik (43,9%). Terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan menginap dengan nilai *R square* 0,796 (79,6%), dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan terdapat 0,204 (20,4%) dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya diperoleh koefisien regresi sebesar 1,149 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *brand image* akan meningkatkan 1,149 satuan keputusan tamu menginap. Dengan demikian *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

Kata Kunci: *Brand Image*, Keputusan Menginap

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta telah memberikan banyak kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Tamu di Four Points by Sheraton Batam”** ini disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan, semangat, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait.

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE., selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Dosen Penasehat Akademik (PA).
4. Ibu Nidia Wulansari, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Yuliana, SP, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

6. Bapak Youmil Abrian, SE, M.M selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Staf administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi administrasi yang dibutuhkan selama proses perkuliahan dan proses skripsi penulis pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Manajemen dan staf Four Points by Sheraton Batam yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi penelitian ini.
9. Kedua Orang tua, dan saudara kandung penulis serta Keluarga Besar tercinta atas do'a dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, November 2023

Fitri Chairani

19135016

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Perumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Aspek-Aspek Teoritis.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Konseptual	22
D. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian	25
C. Variabel Penelitian	25
D. Definisi Operational Variabel	26
E. Populasi dan Sampel Penelitian	27
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	29
G. Instrumen Penelitian.....	29
H. Uji Coba Instrumen	31
I. Teknis Analisis Data	34
J. Uji Persyaratan Analisis	36

K. Pengujian Hipotesisi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan	65
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

1. Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Batam Tahun 2022-2023.....	2
2. <i>Forecast & Actual Occupancy</i> Four Points by Sheraton Batam Juli-Desember 2022.....	7
3. Jumlah Tamu Menginap di Four Points by Sheraton Batam Juli-Desember 2022.....	27
4. Pilihan Jawaban Skala <i>Likert</i> Variabel X dan Variabel Y	30
5. Kisi-kisi Operational Variabel Penelitian	31
6. Hasil Uji Coba Validitas	32
7. Interpretasi Nilai <i>r (Alpa Cronbach)</i>	33
8. Reabilitas <i>Brand Image</i>	34
9. Reabilitas Keputusan Menginap.....	34
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pernah Menginap	41
14. Data Statistik Variabel <i>Brand Image</i>	41
15. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	42
16. Data Statistik Indikator <i>Brand Favorability</i>	43
17. Distribusi Frekuensi <i>Brand Favorability</i>	44
18. Data Statistik Indikator <i>Brand Strength</i>	45
19. Distribusi Frekuensi <i>Brand Strength</i>	46
20. Data Statistik Indikator <i>Brand Uniqueness</i>	47
21. Distribusi Frekuensi <i>Brand Uniqueness</i>	48
22. Data Statistik Variabel Keputusan Menginap	49
23. Distribusi Frekuensi Keputusan Menginap	50
24. Data Statistik Indikator Pengenalan Masalah.....	51
25. Distribusi Frekuensi Pengenalan Masalah	52
26. Data Statistik Indiakator Pencarian Informasi	53
27. Distribusi Frekuensi Pencarian Informasi	54
28. Data Statistik Indiakator Evaluasi Alternatif	55
29. Distribusi Frekuensi Evaluasi Alternatif.....	55
30. Data Statistik Indiakator Keputusan Pembelian.....	56
31. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	57
32. Data Statistik Indiakator Perilaku Pasca Pembelian	58
33. Distribusi Frekuensi Perilaku Pasca Pembelian	59
34. Hasil Uji Normalitas.....	60
35. Hasil Uji Homogenitas	61
36. Hasil Uji Lineritas	62
37. Koefisien Determinan	63
38. Hasil Uji Signifikan (Uji F).....	64
39. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana.....	65

DAFTAR GAMBAR

1. Logo Four Pooints by Sheraton	4
2. Deskripsi Hotel Four Points by Sheraton Batam	7
3. Ulasan Tamu mengenai Indikator Pencarian Informasi.....	8
4. Ulasan Tamu mengenai Indikator Evaluasi Alternatif.....	8
5. Ulasan Tamu mengenai Indikator Keputusan Menginap	9
6. Ulasan Tamu mengenai Indikator Perilaku Pasca Menginap	9
7. Ulasan Tamu mengenai <i>Brand Image</i>	10
8. Kerangka Konseptual	23

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata dinilai sebagai industri yang menjanjikan dalam membantu keadaan ekonomi sebuah negara dikarenakan memiliki beragam macam wisata yang mana dapat dimanfaatkan. Peningkatan ekonomi suatu daerah tidak terlepas dari kinerja bisnis dan industri pariwisata diantaranya meliputi fasilitas akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, ataupun bidang usaha lainnya.

Industri pariwisata yang banyak ditemukan dan selalu ada disetiap daerah yaitu industri perhotelan. Menurut Sulastiyono (2011) “hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman serta fasilitas kamar untuk istirahat kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.”

Perkembangan industri perhotelan di Indonesia pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan ini dapat dilihat dari segi pertumbuhan hotel yang terus bertambah khususnya di kota Batam. Kota Batam merupakan salah satu daerah yang ramai dikunjungi wisatawan yang berlibur ataupun yang sedang melakukan kegiatan bisnis, baik itu wisatawan asing maupun lokal, sehingga banyak hotel yang tersedia di kota ini. Tingginya jumlah permintaan pasar memengaruhi tingginya

jumlah pembangunan hotel di kota Batam. Seperti halnya yang bisa kita lihat pada tabel dibawah ini :

Tabel.1 Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Batam Tahun 2022-2023

No.	Klasifikasi Hotel	Jumlah Hotel
1	Bintang 5	3
2	Bintang 4	20
3	Bintang 3	13
4	Bintang 2	5
5	Bintang 1	3
6	Non Bintang	15

Sumber : phrikepri.or.id (2022)

Berdasarkan pada data tabel diatas, menunjukkan bahwa hotel bintang 4 menempati posisi paling tinggi dengan jumlah hotel terbanyak diantara klasifikasi hotel lainnya. Dengan melihat keadaan tingginya minat pasar , maka akan semakin besar juga persaingan yang ada. Hal ini akan memberi dampak pada setiap hotel khususnya hotel bintang 4 untuk memiliki daya tarik masing-masing dan memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menjadi prioritas utama konsumen dalam mengambil keputusan untuk menginap.

Keputusan menginap yang diangkat dari keputusan pembelian menurut Fandy Tjiptono (2015) “Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalah, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.” Proses pengambilan

keputusan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh individu yang secara langsung terlibat dalam pemilihan atau pembelian barang yang di tawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2012), terdapat beberapa tahapan antara lain pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan yang terakhir adalah perilaku pasca pembelian. Sebelum meakukan keputusan pembelian pastinya konsumen telah mendapatkan beberapa informasi yang kemudian digunakan untuk mengevaluasi beberapa merek (*brand*) sesuai dengan kebutuhan konsumen. Faktor yang mempengaruhi keputusan menginap menurut Kotler (2013) yaitu harga, produk, promosi, dan citra merek (*brand image*).

Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa *brand* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Namun dalam hal ini dapat dilihat bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga akan mempertimbangkan *brand* pada produk yang akan mereka beli. Menurut Tjiptono (2015) “merek adalah tanda yang berupa gambar, nama , huruf, angka, warna , serta kombinasi dari unsur- unsur yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”

Ketatnya persaingan dunia perhotelan dapat menyebabkan banyaknya hotel-hotel yang bermunculan dengan *brand* yang sudah dibentuk dan dikenal terlebih dahulu. Berdasarkan penjelasan tersebut, menurut Tjiptono & Chandra (2016), “tingginya tingkat persaingan,

mengindikasikan banyaknya *brand* produk dengan jenis yang sama, yang beredar di pasaran.” Hal itu menyebabkan persaingan antar *brand* menjadi sangat tinggi. Oleh karena itu, perlunya untuk menciptakan *brand image* yang baik dimata konsumen menjadi sangat penting. *Brand image* adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Salah satu *brand* hotel yang sudah terkenal adalah *brand* Four Points by Sheraton.

Four Points by Sheraton adalah suatu *brand* yang bergabung dalam grup *Marriot* pada tahun 2016 yang pastinya sudah dikenali banyak orang. Four Points by Sheraton ada di banyak daerah baik dalam maupun luar negeri. Di Indonesia sudah ada 12 hotel di berbagai daerah seperti di Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Bali, Manado, Makassar, Balikpapan dan Batam. Berikut logo *brand* Four Points by Sheraton :



Gambar 1. Logo Four Points by Sheraton Batam

Sumber Google.com (2023)

Logo dari Four Points by Sheraton merupakan kincir angin yang berwarna merah, biru muda, biru tua, dan hijau. Logo kincir angin ini memiliki filosofi ini bermakna ketulusan hati seorang anak kecil yang

sedang bermain kincir angin. Hal ini akan menjadi tujuan seluruh staff Four Points by Sheraton untuk melayani konsumen sebagaimana kita melayani anak kecil dengan lemah lembut. Four Points by Sheraton memiliki keuntungan karena menjadi salah satu hotel dari *group Marriott International* yang berada pada kelas *classic* yang ingin menunjukkan kesan *stylish*.

Four Points by Sheraton memiliki fokus pasar untuk *independent traveler*. Dimana tamu yang datang memiliki ciri khas *hardworking*, *fleksibel*, dan kehidupannya seimbang. Hal ini dapat dirasakan oleh tamu ketika memasuki *lobby hotel*, tepatnya di *lobby lounge* yang menyediakan *The Best Brews* yang menyediakan bir lokal dan bir internasional bagi *independent traveller*. Four Points by Sheraton juga memiliki program SPG (*Starwood Preferred Guest*) yang berarti *free loyalty membership program* yang dimiliki oleh Starwood dan bagian dari Marriott International. Program tersebut berupa penghargaan (*rewards point*) untuk tamu yang berpergian ke properti Starwood dan *member SPG* akan mendapatkan banyak akses eksklusif dan *discount member* atau *no blackout dates*. *discount member* maksudnya setiap member akan mendapat *discount* berdasarkan tingkatan *member* dari *ambassador*, *titanium*, *platinum*, *gold* dan *silver*. Dan *no blackout dates* maksudnya yaitu bebas menukar *rewards point/starpoint* untuk menginap tanpa batasan tanggal selama kamar standar masih tersedia. Salah satu *brand*

hotel yang memiliki ciri khas tersebut yaitu Four Points by Sheraton Batam.

Four Points by Sheraton Batam merupakan sebuah hotel bintang 4 yang sudah berdiri selama 3 tahun. Four Points by Sheraton Batam berdiri pada Oktober 2020. Four Points by Sheraton Batam , menjadi salah satu penunjang kepariwisataan khususnya dalam penyediaan akomodasi. Four Points by Sheraton Batam berlokasi di Komplek Panorama Nagoya, Sungai Jodoh , Kec. Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau.

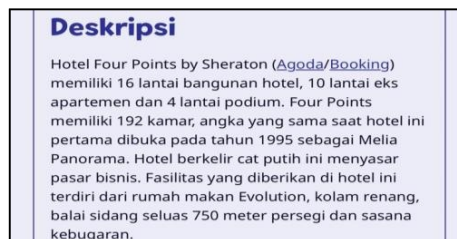
Berkembangnya bisnis perhotelan di Kota Batam menyebabkan adanya persaingan yang menuntut perusahaan untuk aktif dan kreatif sehingga memenuhi kebutuhan tamu. Hal ini disebabkan karena Kota Batam sering dikunjungi oleh para pembisnis dan orang yang ingin berlibur. Banyaknya bisnis perhotelan di Kota Batam, dapat mempengaruhi *occupancy* kamar hotel di Kota Batam. Salah satu hotel tersebut adalah Four Points by Sheraton Batam. Four Points by Sheraton Batam dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan ada permasalahan yang timbul pada hotel itu sendiri, terutama mengenai keputusan tamu menginap. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak manajemen Four Points by Sheraton Batam mengatakan bahwa tingkat hunian kamar (*occupancy*) di Four Points by Sheraton Batam masih perlu di tingkatkan. Berikut adalah data *occupancy* Four Points by Sheraton Batam selama Juli-Desember 2022 :

Tabel.2 Forecast & Actual Occupancy Four Points by Sheraton Batam Juli-Desember 2022

Bulan	Actual Occupancy	Forecast Occupancy
Juli	60,78%	85,45%
Agustus	78,37%	90,32%
September	84,11%	91,49%
Oktober	82,73%	93,81%
November	84,08%	91,75%
Desember	92,25%	94,74%

Sumber: Manajemen Four Points by Sheraton Batam (2022)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat *occupancy* Four Points by Sheraton Batam pada bulan Juli sampai Desember 2022 belum mencapai target yang telah ditentukan pihak manajemen. Di Four Points by Sheraton Batam hanya memiliki kamar yang bisa dijual sebanyak 192 kamar. Four Points by Sheraton Batam adalah hotel bintang empat yang mana dijelaskan di atas, kamar tersebut tergolong sangat sedikit untuk sekelas hotel bintang 4 (****).

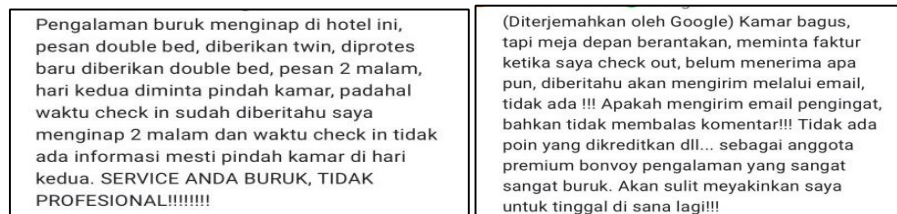


Gambar 2. Deskripsi Hotel Four Points by Sheraton Batam

Sumber Google.com (2023)

Penulis selama magang kedua di hotel Four Points by Sheraton Batam juga telah melakukan pra penelitian terlebih dahulu yaitu tamu yang pernah menginap di *brand* Four Points by Sheraton untuk mengetahui seberapa keinginan tamu untuk melakukan pembelian kamar

di Four Points by Sheraton Batam. Dan penulis juga menemukan beberapa ulasan secara keseluruhan yang ulasannya bersifat positif, tetapi untuk mendirikan hotel dengan *brand* yang sudah terkenal, di perlukan *brand image* yang bagus, jika *brand image* sudah terbentuk bagus maka akan berdampak kepada keputusan menginap. Berikut ulasan terkait keputusan menginap :



Gambar 3. Ulasan Tamu mengenai Indikator Pencarian Informasi

Sumber : google review (2023)

Dari ulasan diatas, ditemukan permasalahan antara tamu dengan pihak hotel Four Points by Sheraton Batam, yang mana untuk ulasan yang pertama dijelaskan saat *check-in* tamu tidak menerima informasi yang jelas terkait perpindahan kamar, dan juga ulasan yang kedua saat *check-out* tamu tidak menerima informasi apapun mengenai *point bonvoy* bahkan juga tidak ada *feedback* dari pihak hotel. Hal tersebut mengarah pada salah satu indikator keputusan menginap yaitu pencarian informasi.

Tidak akan kembali

😊 · Lokasi nyaman.

☹️ · Staf kurang terlatih dan tidak dapat melakukan tugas-tugas sederhana tanpa membuat pelanggan menunggu lama. Manajer juga tidak hadir ketika saya meminta untuk berbicara dengan mereka.

Gambar 4. Ulasan Tamu mengenai Indikator Evaluasi Alternatif

Sumber : google review (2023)

Dan juga terdapat ulasan mengenai indikator keputusan menginap yaitu *evaluasi alternative* yang mana pada ulasan tersebut, tamu tidak ingin lagi memutuskan keputusan menginap di hotel Four Points by Sheraton Batam. Tetapi walaupun ada ulasan yang negatif, dalam hal ini juga terdapat ulasan positif terkait keputusan menginap:

Hotel bagus, kamar cukup luas dan sdh direnovasi baru dr hotel sebelumnya. staff sangat ramah dan sangat membantu terutama Maurin. kl ke Batam akan kembali menginap disini

hotelnya bagus dan rekomendasi banget deh kalo mau ke sini.. nanti nginep lagi deh..

Gambar 5. Ulasan Tamu mengenai Indikator Keputusan Menginap

Sumber : google review

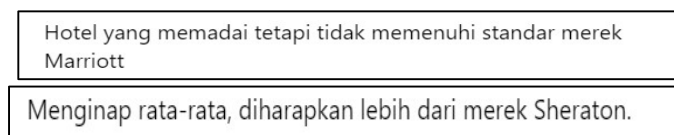
Pada ulasan diatas, tamu ingin memutuskan untuk menginap kembali di Four Points by Sheraton Batam. Hal ini terkait indikator keputusan tamu menginap yaitu keputusan menginap.

(Diterjemahkan oleh Google) Saya mengunjungi spa di Four Points Sheraton Batam pada pukul 15.20 tanggal 3/9/2023. Tukang pijat itu tidak profesional. Dia menawarkan "layanan khusus", dan saya menolak. Selanjutnya, dia mencoba memasukkan jarinya ke dalam pakaian dalam saya dan mengatakan kepada saya bahwa itu "baik untuk sirkulasi darah saya". Saya menolak lagi untuk kedua kalinya, ini membuat sesi Pijat Olahraga selama 60 menit menjadi sangat canggung. Setelah pijatan berakhir, saya tidak memberi tip padanya dan dia meminta untuk diberi tip. Pijat Olahraga selama 60 menit dikenai biaya Rp 278.000, dua kali lipat lebih mahal dibandingkan panti pijat lain di Batam. Saya tidak ingin menimbulkan masalah, maka saya tetap memberinya tip sebesar Rp 50.000. Catatan untuk Four Points oleh Sheraton Batam : Anda mungkin ingin mempertimbangkan untuk mengganti vendor layanan spa Anda. Ini sangat mengecewakan dan tidak profesional dalam standar hotel bintang 4. Jika pelanggan telah menolak layanan "khusus" tersebut, Anda tidak boleh terus memaksakannya. Harap perhatikan perilaku staf vendor/kontraktor Anda karena akan mempengaruhi reputasi merek Anda.

Gambar 6. Ulasan Tamu mengenai Indikator Perilaku Pasca Menginap

Sumber : google review (2023)

Pada ulasan diatas terjadi pemasalahan terkait idikator keputusan menginap yaitu perilaku pasca menginap. Dijelaskan tamu merasa kecewa pasca menginap terhadap pelayanan dari pihak hotel khususnya vendor spa yang telah melakukan hal yang telah merugikan tamu tersebut. Jika hotel tidak mempertimbang hal itu, maka reputasi *brand* hotel akan rusak atau tidak baik di mata konsumen. Hal ini juga berkaitan dengan *brand image*, jika *brand image* dinilai buruk oleh tamu, maka akan sulit untuk memperbaikinya. Berikut juga terdapat beberapa ulasan dari tamu mengenai *brand*:



Gambar 7. Ulasan Tamu mengenai *Brand*

Sumber : google review (2023)

Dilihat pada gambar diatas terdapat ulasan mengenai *brand* Four Points by Sheraton. Yang mana pada ulasan tersebut, tamu menyampaikan bahwa Four Points by Sheraton Batam belum memenuhi standar *brand*. Standar *brand* Four Point merupakan suatu yang menjadi keunggulan, kekuatan dan keunikan dari *brand* Four Points by Sheraton itu sendiri. Yang mana pada ulasan diatas melekat pada indikator *brand image*.

Standar *brand* Four Points by Sheraton antara lain : 1) *Honest* : menawarkan kearifan lokal, seperti *Best Brew* yang menawarkan bir lokal. Serta memiliki staf yang ramah dan memberikan pelayanan yang baik sehingga tamu memiliki pengalaman liburan atau bisnis yang

baik pula. 2) *Uncomplicated* : melayani tamu dengan cerdas, target konsumen yang merupakan independent traveller yang mudah dan tidak berbelit-belit. Four Points menawarkan pengalaman sesuai dengan keinginan tamu, bahkan lebih dari yang diinginkan oleh tamu. 3) *Comfort* : di *desain* dengan gaya *modern*, praktis, dan mengikuti tren yang ada sesuai dengan yang diinginkan oleh tamu.

Brand Four Points by Sheraton sudah banyak dikenali, sedangkan Four Points by Sheraton Batam adalah hotel yang baru berdiri sekitar 3 tahun yang tentunya masih banyak yang tidak sesuai dengan *brand* Four Points by Sheraton itu sendiri. Hal ini tentunya menyebabkan tamu yang pernah menginap di *brand* yang sama memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap Four Points by Sheraton Batam. Yang mana dalam hal tersebut juga dapat menjadi perbandingan bagi tamu yang menginap di Four Points by Sheraton Batam dengan Four Points by Sheraton di daerah lain.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *brand image* dan keputusan tamu menginap di Four Points by Sheraton Batam. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi alat untuk menentukan keputusan menginap untuk tamu serta dapat menjadi rekomendasi untuk hotel sebagai cara untuk meningkatkan *brand image* sehingga dapat menarik lebih banyak tamu dan mampu mempertahankan tamu yang pernah menginap sebelumnya. Dilihat dari uraian diatas, untuk menilai adanya pengaruh *brand image* di Four Point by Sheraton Batam terhadap keputusan tamu menginap, maka penulis

merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: "**PENGARUH BRAND IMAGE HOTEL TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI FOUR POINTS BY SHERATON BATAM**"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis dalam melakukan penelitian ini mengidentifikasi masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Tingginya persaingan industri perhotelan di Kota Batam.
2. Tingkat hunian kamar yang belum mencapai target manajemen.
3. Kurangnya informasi dari pihak hotel Four Points by Shraton Batam.
4. Pengalaman buruk tamu menyebabkan tidak ingin tamu mengevaluasi dan tidak ingin menginap kembali
5. Tamu merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan pasca menginap yang merugikan tamu dan akan membuat reputasi *brand* hotel jelek.
6. Hotel belum sesuai dengan standar *brand* Four Points by Sheraton.

C. Pembatasan Masalah

Dengan penjelasan yang di paparkan diatas, maka perlu diadakan batasan masalah. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan permasalahan yang ingin diteliti, agar lebih fokus dan mendalami penelitian tersebut. Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian dan memperjelas tujuan penelitian maka dibatasi masalah penelitian yaitu :

1. *Brand image*.
2. Keputusan tamu menginap.
3. Pengaruh *brand image* terhadap keputusan tamu menginap di Four Points by Sheraton Batam.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *brand image* di Four Points by Sheraton Batam?
2. Bagaimana keputusan tamu menginap di Four Points by Sheraton Batam?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan tamu menginap di Four Points by Sheraton Batam?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image* hotel terhadap keputusan tamu menginap di Four Points by Sheraton Batam.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

- a. Mendeskripsikan tentang *brand image* di Four Points by Sheraton Batam.

- b. Mendeskripsikan tentang keputusan menginap di Four Points by Sheraton Batam.
- c. Menganalisis pengaruh *brand image* hotel terhadap keputusan menginap di Four Points by Sheraton Batam.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel

Untuk mengambil kebijakan untuk mengetahui serta memperbaiki *brand image* hotel yang sudah tidak bagus lagi dan melakukan strategi untuk menarik tamu agar tetap memilih *brand* Four Points by Sheraton Batam sebagai tempat penginapan di Kota Batam.

2. Bagi Tamu

Diharapkan nanti tamu dapat mengetahui tentang *brand image* dan lebih bijak lagi dalam mengambil keputusan menginap.

3. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Departemen Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan tentang pengaruh *brand image* terhadap keputusan menginap di Four Points by Sheraton Batam.

4. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan selain itu agar penulis mengetahui masalah-masalah nyata yang terdapat dalam industri agar menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori-teori yang diperoleh saat kuliah.