

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* TAMU  
DI HOTEL TRUNTUM PADANG**

**SKRIPSI**

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



**OLEH:**

**PERDI AL-AZIZ**

**NIM/TM 19135038/2019**

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

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

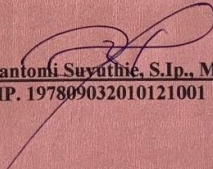
**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* TAMU  
DI HOTEL TRUNTUM PADANG**

Nama : Perdi Al-Aziz  
NIM/BP : 19135038/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan


Padang, November 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing

  
**Hijriyantoni Suyuthie, S.Ip., M.M**  
NIP. 197809032010121001

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 *Customer Experience* dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Tamu di Hotel Truntum Padang  
Nama : Perdi Al-Aziz  
NIM/BP : 19135038/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip., M.M

1. 

2. Anggota : Nidia Wulansari, SE., MM

2. 

3. Anggota : Youmil Abrian, SE., MM

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](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Perdi Al-Aziz  
NIM/TM : 19135038/2019  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Tamu di Hotel Truntum 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

Saya yang menyatakan,

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



**Perdi Al-Aziz**  
NIM.19135038

## ABSTRAK

### **Perdi Al-Aziz, 2023: Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* Tamu di Hotel Truntum Padang**

Penelitian ini didasari oleh loyalitas pelanggan yang merupakan faktor penting dalam mempertahankan tamu atau pelanggan. Berdasarkan *customer experience* (pengalaman pelanggan) dan *brand trust* (kepercayaan merek) yang baik, tentunya loyalitas pelanggan akan meningkatkan kepuasan tamu atau pelanggan pada suatu perusahaan atau hotel. Namun dari hal tersebut, terdapat temuan dalam penelitian ini yang dilakukan terhadap tamu di Truntum Hotel Padang, yaitu masih terdapat beberapa tamu yang tidak loyal dan memberikan komentar yang kurang baik terhadap pengalamannya menginap di Truntum Hotel Padang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *customer experience* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan tamu di Truntum Hotel Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian ini merupakan tamu Hotel Truntum Padang dengan kriteria yaitu tamu yang sudah menginap lebih dari dua kali dan berusia lebih dari 21 tahun dan ukuran sampel penelitian adalah sejumlah 365 orang. Metode analisis data yang dipakai adalah analisis regresi logistik dengan program SPSS versi 23.00.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* dan *brand trust* secara parsial dan signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan tamu Hotel Truntum Padang dengan nilai koefisien determinasi *Nagelkerke R Square* adalah 0,291, yang berarti variabel X1 dan X2 berpengaruh dengan variabel Y sebesar 29,1%, dan faktor lain yang tidak diteliti mempengaruhi sebesar 70,9%.

**Kata Kunci:** *Customer Experience, Brand Trust, Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* Tamu di Hotel Truntum Padang”**. Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

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.
3. **Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip., MM** selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian proposal ini.
4. **Bapak Rian Surenda, S.E., M.M** selaku Dosen Penasehat Akademik penulis yang selalu membantu penulis dalam banyak hal.
5. **Seluruh Dosen, Tenaga Administrasi, dan Teknisi D4 Manajmen Perhotelan.**
6. **Keluarga dan teman-teman** yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan dan motivasi yang sangat berharga bagi penulis.

Demikian proposal ini dibuat oleh penulis dengan semua kerja keras yang telah dilakukan, sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan. Kemudian tidak terlepas dari semua itu, maka penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih

memiliki banyak kekurangan untuk itu dengan kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi bagi penulis maupun semua para pembaca.

Padang, 25 April 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
1. Tujuan Umum.....	9
2. Tujuan Khusus .....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
KERANGKA TEORITIS .....	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Kerangka Konseptual .....	21
C. Hipotesis.....	22
BAB III .....	23
METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	23
C. Variabel Penelitian .....	23
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	24



E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	25
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Instrumen Penelitian.....	28
H. Uji Coba Instrumen .....	32
I. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV .....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
B. Hasil Penelitian.....	43
C. Pembahasan .....	73
1. <i>Customer Experience</i> .....	73
2. <i>Brand Trust</i> .....	74
3. <i>Customer Loyalty</i> .....	75
4. Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Tamu di Hotel Truntum Padang.....	76
5. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Tamu di Hotel Truntum Padang.....	77
6. Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Tamu di Hotel Truntum Padang. ....	78
BAB V.....	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil Kuesioner Pra Penelitian.....	3
Gambar 2. Grafik Data Occupancy Tamu Sebelum <i>Rebranding</i> (2019) dan Setelah <i>Rebranding</i> (2022) .....	6
Gambar 3. Kerangka Konseptual .....	22

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Tingkat Hunian <i>Repeater Guest</i> (Juli-Desember 2022) .....	4
Tabel 2. Ulasan Tamu tentang Hotel Truntum Padang melalui aplikasi <i>Online Travel Agent</i> (Agoda) dan <i>platform google review</i> .....	5
Tabel 3. Jumlah <i>Repeater Guest</i> yang Menginap di Hotel Truntum Padang (Periode Juli 2022-Desember 2022) .....	25
Tabel 4. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	29
Tabel 5. Skor Alternatif Jawaban Skala Guttman.....	30
Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 7. Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i> (X1) .....	33
Tabel 8. Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i> (X2) .....	34
Tabel 9. Data Variabel Y ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	35
Tabel 10. Uji Reliabilitas X1 ( <i>Customer Experience</i> ) .....	37
Tabel 11. Uji Reliabilitas X2 ( <i>Brand Trust</i> ) .....	37
Tabel 12. Uji Reliabilitas Y ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	37
Tabel 13. Deskriptif Data.....	38
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota.....	46
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Menginap di Hotel.....	47
Tabel 19. Data Statistik Variabel X1 ( <i>Customer Experience</i> ) .....	48
Tabel 20. Skor Jawaban Responden Variabel X1 ( <i>Customer Experience</i> ).....	49
Tabel 21. Data Statistik Indikator <i>Sense</i> (Panca Indra) .....	50
Tabel 22. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Sense</i> (Panca Indra) .....	50
Tabel 23. Data Statistik Indikator <i>Feel</i> (Perasaan) .....	51
Tabel 24. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Feel</i> (Perasaan).....	52
Tabel 25. Data Statistik Indikator <i>Think</i> (Berpikir) .....	53
Tabel 26. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Think</i> (Berpikir).....	54
Tabel 27. Data Statistik Indikator <i>Act</i> (Tindakan) .....	55

Tabel 28. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Act</i> (Tindakan).....	55
Tabel 29. Data Statistik Indikator <i>Relate</i> (Pertalian) .....	56
Tabel 30. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Relate</i> (Pertalian).....	57
Tabel 31. Data Statistik Variabel X2 ( <i>Brand Trust</i> ) .....	58
Tabel 32. Skor Jawaban Responden Variabel X2 ( <i>Brand Trust</i> ).....	59
Tabel 33. Data Statistik Indikator <i>Brand Characteristic</i> .....	60
Tabel 34. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Brand Characteristic</i> .....	60
Tabel 35. Data Statistik Indikator <i>Company Characteristic</i> .....	61
Tabel 36. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Company Characteristic</i> .....	62
Tabel 37. Data Statistik Indikator <i>Consumer-Brand Characteristic</i> .....	63
Tabel 38. Skor Jawaban Responden Indikator <i>Consumer-Brand Characteristic</i> .....	64
Tabel 39. Skor Jawaban Responden Variabel Y ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	65
Tabel 40. Pernyataan 1 .....	65
Tabel 41. Pernyataan 2 .....	66
Tabel 42. Pernyataan 3 .....	66
Tabel 43. Pernyataan 4 .....	67
Tabel 44. Pernyataan 5 .....	67
Tabel 45. Pernyataan 6 .....	68
Tabel 46. <i>Classification Table</i> .....	69
Tabel 47. <i>Variables In The Equation Step 0</i> .....	70
Tabel 48. <i>Omnibus Tests Of Model Coefficients</i> .....	70
Tabel 49. <i>Model Summary</i> .....	71
Tabel 50. Uji Kelayakan Model Regresi.....	72
Tabel 51. <i>Variables In The Equation Step 1</i> .....	72

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini industri perhotelan semakin berkembang dan semakin luas, hal ini dibuktikan dengan banyaknya hotel yang didirikan diberbagai belahan dunia untuk kemajuan perekonomian suatu negara pada industri pariwisatanya. Menurut Hassan (2018), mengemukakan bahwa perhotelan sangat penting sebagai penyokong dalam mempertahankan stabilitas pariwisata diberbagai negara belahan dunia. Salah satu dari negara tersebut adalah negara Indonesia, negara yang sedang berkembang pada industri pariwisata dan didukung dengan industri perhotelannya. Adanya perkembangan yang terjadi pada industri perhotelan tersebut, tentunya muncul banyaknya persaingan yang ketat. Hal ini dilihat dari persaingan dalam memberikan fasilitas yang lengkap dengan pelayanan yang terjamin dan dikemas dengan pemasaran atau promosi yang baik.

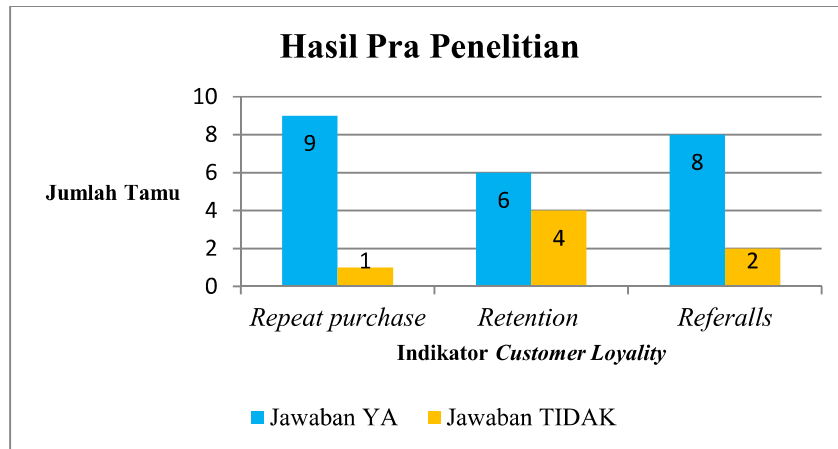
Kegiatan pemasaran atau promosi yang baik, tentunya mengarah pada kepuasan pelanggan atau tamu. Menurut Wikihamn (2019), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Adapun apabila tingkat kepuasan pelanggan atau tamu sudah terpenuhi dan sesuai dengan harapan, maka akan terbentuk rasa setia

terhadap barang atau jasa yang telah diberikan dan tentunya dari hal tersebut akan mengarah pada loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). Dalam loyalitas pelanggan ini bertujuan untuk mempertahankan tamu yang sudah ada dan sebagai sumber promosi kepada tamu lainnya. Salah satu hotel yang mengutamakan loyalitas pelanggan atau tamu yaitu Hotel Truntum Padang.

Hotel Truntum Padang merupakan hotel berbintang 4 yang terletak di pusat Kota Padang yaitu di Jl. Gereja No. 34, Belakang Tangsi, Kecamatan Padang Barat. Hotel ini menjadi salah satu hotel rekomendasi terbaik dan menjadi tempat yang cocok bagi tamu untuk *staycation* di Kota Padang, karena letaknya yang strategis. Hotel Truntum Padang juga didukung dengan fasilitasnya yang dapat digunakan untuk melaksanakan *event* (acara) seperti acara pernikahan, kegiatan bisnis, *gathering* dan kegiatan lainnya.

Menurut Griffin (2010), loyalitas pelanggan adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan atau tamu di Hotel Truntum Padang, maka penulis mencoba melakukan pengumpulan data awal. Pengumpulan data awal ini dilakukan oleh penulis dengan cara survei kepada 10 orang tamu yang pernah menginap di Hotel Truntum

Padang dengan menyebarkan angket atau kuesioner pra penelitian yang dilakukan pada bulan April 2023, yaitu sebagai berikut:



**Gambar 1. Hasil Pra Penelitian**

Berdasarkan hasil pra penelitian pada diagram diatas, banyak jawaban “ya” dari setiap pertanyaan dari 10 orang tamu, namun masih adanya 1 jawaban “tidak” pada indikator *repeat purchase*, 4 jawaban “tidak” pada indikator *retention* dan 2 jawaban “tidak” pada indikator *referalls*. Sehingga dalam hal ini dapat dilihat fenomena bahwa mayoritas tamu melakukan pembelian kembali walaupun masih terdapat jawaban “tidak” di setiap indikator *customer loyalty* pada Hotel Truntum Padang.

Adapun loyalitas tamu dapat juga dilihat dari tingkat hunian kamar dari *repeater guest*, hal ini berkaitan dengan indikatornya yaitu *repeat purchase*. Pada data berikut di Hotel Truntum Padang mengalami penurunan dan peningkatan signifikan pada Juli-Desember 2022. Hal ini berdasarkan pengalaman yang dialami penulis selama Magang Bersertifikat 2 di Hotel Truntum Padang yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Data Tingkat Hunian *Repeater Guest* (Juli-Desember 2022)**

<b>Bulan</b>	<b>Room</b>	<b>Pax</b>	<b>Occupancy</b>
Juli	2.081	4.156	41,28%
Agustus	1.749	3.447	34,70%
September	1.449	2.846	28,75%
Oktober	3.055	5.731	60,61%
November	2.191	4.261	43,47%
Desember	2.130	4.034	42,26%
<b>Total</b>	<b>12.655</b>	<b>24.475</b>	

*Sumber: Hotel Truntum Padang*



Dari data tingkat hunian hotel diatas dapat dilihat bahwa Hotel Truntum Padang mengalami penurunan *repeater guest* di bulan Agustus dan September, namun mengalami peningkatan yang signifikan pada bulan Oktober serta stabil di bulan November dengan Desember.

Dalam *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) tentunya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya salah satunya yaitu *customer experience* (pengalaman tamu). Menurut Meyer dan Schwager (2007), menyatakan bahwa pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Adapun masalah dalam *customer experience* yang penulis temukan dari beberapa ulasan tamu tentang Hotel Truntum Padang melalui aplikasi *Online Travel Agent*



(Agoda) dan *platform google review* pada tahun 2022, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. Ulasan Tamu tentang Hotel Truntum Padang melalui aplikasi *Online Travel Agent (Agoda)* dan *platform google review***

Sumber	Permasalahan	Indikator
<p>9 bulan lalu di  Google saya stay 19-22 June 2022, dan ini hotel sangat tidak recommended, checkin service nya lama. dan fasilitas dalam kamar juga kurang bersih bahkan di kamar mandi, bekas sikat gigi dan odol tidak dibuang/dibersihkan.</p> <p><b>7,2</b> Kebersihan Kamar</p> <p>Sangat tidak rekomendasi, noda dimana, watermark, lantai kotor</p> <p>Diulas pada 22 Agustus 2022</p>	<p>Adanya pengalaman tamu (<i>sense</i> dan <i>feel</i>) yang kurang baik dari segi fasilitas dan pelayanan saat menginap di kamar karena kebersihan fasilitas kamar yang tidak baik</p>	<p>Berkaitan dengan indikator (<i>Sense</i> dan <i>Feel</i>)</p>
<p>7 bulan lalu di  Google Kamar cukup besar,namun AC kamar kadang mati sendiri,lokasi dekat dengan museum dan tempat keramaian lainnya. Untuk menu makan sarapan tidak terlalu banyak variasi makanan,untuk rasa sedang</p> <p><b>6,4</b> Liburan ke padang</p> <p>Harga nya lumayan,lantai kamar berminyak..sarapan pagi kurang bervariasi,staf yg di resto nya ga sopan,saya masih makan,tpi meja sudah dibersihkan2 kan tanpa bertanya sudah selesai apa belum,biasanya kan ditanya dulu sudah selesai apa belum.dan hanya mengambil piring yg sudah selesai,tpi ini sekalian dia melap lap meja,pdhl kita masih makan.kolam renang nya kecil dan jauh dibelakang</p> <p>Diulas pada 06 Juli 2022</p>	<p>Masih terdapat pengalaman tamu (<i>think, act</i> dan <i>relate</i>) ketika sarapan di restoran hotel bahwa menu yang disajikan kurang bervariasi, pelayanan yang diberikan kurang maksimal dan keluhan fasilitas kolam renang yang jauh dari kamar</p>	<p>Berkaitan dengan indikator (<i>Think, Act</i> dan <i>Relate</i>)</p>

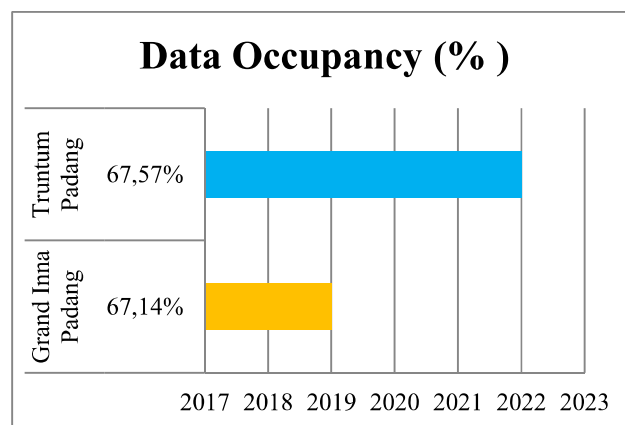
Berdasarkan dari ulasan pengalaman tamu diatas terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan fasilitas hotel dan pelayanan tamu di Hotel Truntum Padang yang menjadi masalah sehingga memberikan kesan kurang baik bagi hotel dan perlu diperbaiki.

Adapun dalam *customer loyalty* berhubungan erat dengan *brand trust* (kepercayaan merek) hal ini mengarah pada pelanggan atau tamu yang akan terus mempertimbangkan dan membeli produk yang sudah

menjadi andalannya. Menurut Afzal dkk (2014), mengemukakan bahwa kepercayaan pelanggan pada merek (brand trust) diartikan sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hal positif.

Dalam kepercayaan merek pada Hotel Truntum Padang dapat dilihat dari beberapa waktu lalu, tepatnya di tanggal 8 April 2021 Hotel Grand Inna Padang melakukan *rebranding* menjadi *upgrade* hotel terbaru dan bergerak dibawah naungan Hotel Indonesia Group resmi berganti nama menjadi Truntum Hotel Padang. Kemudian dalam hal ini dapat menjadi sebuah perbandingan untuk melihat tingkat hunian tamu yang menginap ketika sebelum *rebranding* dan sesudah *rebranding*.

Berikut grafik data *occupancy* tamu sebelum *rebranding* (2019) dan setelah *rebranding* (2022) yang penulis kumpulkan ketika mengambil data kuesioner pra penelitian pada bulan April 2023, sebagai berikut:



**Gambar 2. Grafik Data *Occupancy* Tamu Sebelum *Rebranding* (2019) dan Setelah *Rebranding* (2022)**

Dari data *occupancy* diatas dapat dilihat bahwa perbandingan tingkat hunian kamar ketika sebelum *rebranding* (2019) dan setelah *rebranding* (2022) mengalami peningkatan sebanyak 0,43 %, sehingga hal ini menjadi salah satu kepercayaan terhadap suatu merek.

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah terjadi, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian, yaitu tentang **“Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat mayoritas tamu melakukan pembelian kembali walaupun masih terdapat jawaban “tidak” di setiap indikator *customer loyalty* pada Hotel Truntum Padang.
2. Adanya pengalaman tamu dalam indikator *sense* dan *feel* yang kurang baik dari segi fasilitas dan pelayanan saat menginap di kamar karena kebersihan fasilitas kamar yang tidak baik.
3. Masih terdapat pengalaman tamu dalam indikator *think*, *act*, dan *relate*, ketika sarapan di restoran hotel bahwa menu yang disajikan kurang bervariasi, pelayanan yang diberikan kurang maksimal dan keluhan fasilitas kolam renang yang jauh dari kamar.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah penelitian ini yaitu “Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang”.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer Experience* di Hotel Truntum Padang?
2. Bagaimana *Brand Trust* di Hotel Truntum Padang?
3. Bagaimana *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang?
5. Bagaimana pengaruh *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang?
6. Bagaimana pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang?

## **E. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan umum dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.

### **2. Tujuan Khusus**

Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan *Customer Experience* di Hotel Truntum Padang.
- b. Mendeskripsikan *Brand Trust* di Hotel Truntum Padang.
- c. Mendeskripsikan *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.
- d. Menganalisis bagaimana pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.
- e. Menganalisis bagaimana pengaruh *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.
- f. Menganalisis bagaimana pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi setiap pihak dan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Industri Hotel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk menjadi pertimbangan menajamen perusahaan, terutama mengevaluasi *Customer Experience* dan mempertahankan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.

2. Bagi Departemen Pariwisata

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian berikutnya mengenai Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan untuk proposal penelitian dari matakuliah tugas akhir D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan dan juga penelitian ini dapat menjadi pembelajaran dalam menganalisis atau menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada industri pariwisata dan perhotelan, kemudian juga dapat mengimplementasikan penelitian ini di salah satu perusahaan di masa depan tentang dalam memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik untuk *Customer Experience* dan meningkatkan *Brand Trust* terhadap kepuasan yang dirasakan dari *Customer Loyalty*.

4. Bagi Peneliti Berikutnya.

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi pedoman atau acuan penelitian terutama tentang Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* di Hotel Truntum Padang.