

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DI IMELDA HOTEL *WATERPARK CONVENTION* PADANG**

Skripsi



**SITI NUR HALIZAH
18135076**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

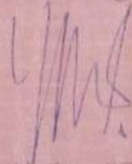
PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI IMELDA HOTEL
WATERPARK CONVENTION PADANG

Nama : Siti Nur Halizah
NIM/BP : 18135076/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Februari 2023

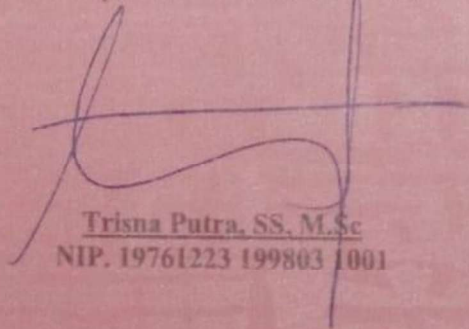
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Youmil Abrian, SE, M.M
NIP. 198210022008121002

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 dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* di *Inelda Hotel Waterpark Convention* Padang.
Nama : Siti Nur Halizah
NIM/BP : 18135076/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Februari 2023

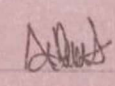
Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Younil Abrian, SE, M.M

1. 

2. Anggota : Nidia Wulansari, SE, M.M

2. 

3. Anggota : Dwi Pratiwi Wulandari, SST. Par, MM.Par

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 : Siti Nur Halizah
NIM/TM : 18135076 / 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

"Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* 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, S.S., M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

Siti Nur Halizah
NIM. 18135076

Abstrak

**Siti Nur Halizah, 2022 : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan,
Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan.
Universitas Negeri Padang.**

Penelitian ini dilatarbelakangi dari pra penelitian melalui observasi dan wawancara dengan tamu yang menginap di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang, penulis menemukan adanya masalah seperti tingkat hunian kamar yang tidak stabil, rendahnya *repeat orde*, ketidakpuasan tamu saat menginap seperti tidak tercapainya harapan, kebutuhan, keinginan dan tidak ingin merekomendasikan karena mendapatkan fasilitas kamar yang tidak memadai. Sehingga hal tersebut menurunkan kepercayaan pelanggan melakukan pembelian ulang. Jenis penelitian ini tergolong kedalam penelitian kuantitatif bentuk hubungan kausal dengan memakai teknik *purposive sampling* dengan populasi sebanyak 15.352 orang dan sampel penelitian sebanyak 100 respon, teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan *google form*. Analisis data memakai regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 17.00. Maka didapatkan hasil penelitian kepuasan pelanggan termasuk kedalam kategori cukup dengan persentase 38% dengan nilai sig $0.000 < 0.05$, kepercayaan pelanggan termasuk kedalam kategori cukup dengan persentase 44% dengan nilai sig $0.001 < 0.05$. Diperoleh nilai R square sebesar 85,1% dan 14,9% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan, *Repurchase Intention*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.

Tujuan penulis menulis proposal penelitian ini untuk memenuhi sebagian persyaratan penyelesaian tugas akhir pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan proposal penelitian ini, penulis dibimbing dan diberi motivasi oleh berbagai pihak sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik, maka dari itu penulis banyak 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, S.S, M.Sc Selaku Ketua Program Studi Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Yuke Permata Lisna, S.ST., M.Par Selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan dukungan serta kritik dan saran yang membangun dalam skripsi ini.
4. Bapak Youmil Abrian SE, MM Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nidia Wulansari, M.M Selaku dosen penguji 1 yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini.

6. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par., MM.Par selaku dosen penguji 2 yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini.
7. Kepada pihak Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Imelda Hotel Padang.
8. Kepada sahabat dan rekan mahasiswa D4 Manajemen Perhotelan angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
9. Terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan semangat yang sangat membangun bagi penulis selama ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan proposal penelitian ini. Semoga proposal penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Padang, 01 November 2022

Penulis

Siti Nur Halizah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Kepuasan	12
a. Definisi Kepuasan	12
b. Faktor-Faktor Kepuasan.....	13
c. Indikator Kepuasan	14
2. Kepercayaan	16
a. Definisi Kepercayaan	16
b. Faktor-faktor Kepercayaan.....	17
c. Indikator Kepercayaan	18
3. Repurchase Intention.....	19
a. Definisi Repurchase Intention.....	19
b. Faktor-Faktor Repurchase Intention	19
c. Indikator Repurchase Intention	20
B. Kerangka Berpikir	21
C. Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Variabel Penelitian	24
D. Definisi Operasional Variabel.....	25
E. Populasi dan Sampel Penelitian	26
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	27
G. Instrumen Penelitian.....	29
H. Uji Coba Instrumen	33
I. Teknik Analisis Data.....	36
J. Uji Persyaratan Analisis.....	37
K. Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
2. Deskripsi Data Variabel	44
B. Uji Persyaratan Analisis.....	66
C. Uji Hipotesis	69
D. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Tingkat Hunian Kamar.....	2
2. Repeat Order	3
3. Jumlah kunjungan tamu	25
4. Jawaban Skala Likert	30
5. Kisi-kisi Operasional Variabel.....	31
6. Hasil Uji Coba Validitas Penelitian	34
7. Interpretasi Nilai r	35
8. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	35
9. Uji Reliabilitas Kepercayaan Pelanggan	35
10. Uji Reliabilitas Repurchase Intention	35
11. Klasifikasi Skor.....	36
12. Distribusi Frekuensi Usia Responden	42
13. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	43
14. Distribusi Frekuensi Pekerjaan.....	43
15. Distribusi Frekuensi Jumlah Kunjungan	44
16. Deskripsi Data Variabel Kepuasan	45
17. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan.....	45
18. Deskripsi Data Tercapainya Harapan Pelanggan	46
19. Distribusi Frekuensi Tercapainya Harapan Pelanggan	47
20. Deskripsi Data Tercapainya Kepuasan Pelanggan.....	48
21. Distribusi Frekuensi Tercapainya Kepuasan Pelanggan	48
22. Deskripsi Data Tercapainya Keinginan Pelanggan.....	49
23. Distribusi Frekuensi Tercapainya Keinginan Pelanggan	50
24. Deskripsi Data Keinginan Memakai Produk/jasa Kembali.....	50
25. Distribusi Frekuensi Keinginan Memakai Produk/jasa Kembali	51
26. Deskripsi Data Keinginan Merekomendasikan.....	52
27. Distribusi Frekuensi Keinginan Merekomendasikan	53
28. Deskripsi Data Kepercayaan Pelanggan	54
29. Distribusi Frekuensi Kepercayaan Pelanggan.....	54

30. Deskripsi Data Keandalan	55
31. Distribusi Frekuensi Keandalan	56
32. Deskripsi Data Kejujuran	57
33. Distribusi Frekuensi Kejujuran	57
34. Deskripsi Data Kepedulian.....	58
35. Distribusi Frekuensi Kepedulian.....	59
36. Deskripsi Data Kreadibilitas	59
37. Distribusi Frekuensi Kreadibilitas.....	60
38. Deskripsi Data Repurchase Intention	61
39. Distribusi Frekuensi Repurchase Intention	62
40. Deskripsi Data Minat Repeat Order	62
41. Distribusi Frekuensi Minat Repeat Order	63
42. Deskripsi Data Minat Eksploratif.....	64
43. Distribusi Frekuensi Minat Eksploratif.....	64
44. Deskripsi Data Minat Preferensial	65
45. Distribusi Frekuensi Minat Preferensial.....	66
46. Hasil Uji Normalitas.....	67
47. Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
48. Hasil Uji F	70
49. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda.....	71
50. Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Ulasan Pelanggan	5
2. Ulasan Pelanggan	6
3. Ulasan Pelanggan	6
4. Ulasan Pelanggan	7
5. Kerangka Konseptual	22
6. Hasil Uji Heterokedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Halaman

1. Surat izin melakukan penelitian	85
2. Surat balasan izin penelitian.....	86
3. Kuesioner uji coba penelitian.....	87
4. Tabulasi data uji coba instrumen penelitian kepuasan	88
5. Tabulasi data coba instrumen penelitian kepercayaan	89
6. Tabulasi data coba instrumen penelitian repurchase intention.....	90
7. Hasil uji coba validitas variabel kepuasan	91
8. Hasil uji coba validitas variabel kepercayaan	92
9. Hasil uji coba validitas variabel repurchase intention.....	93
10. Hasil uji reabilitas.....	94
11. Kuesioner penelitian.....	95
12. Lembar kuesioner penelitian	96
13. Tabulasi data variabel kepuasan.....	100
14. Tabulasi data variabel kepercayaan.....	101
15. Tabulasi data variabel repurchase intention	102
16. Hasil uji validitas kepuasan.....	103
17. Hasil uji validitas kepercayaan.....	104
18. Hasil uji validitas repurchase intention	105
19. Hasil perhitungan klasifikasi skor	106

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk tujuan hiburan. Menurut Sinaga (2018) “Pariwisata merupakan suatu ekspedisi yang terencana yang dicoba dengan cara orang ataupun golongan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk memperoleh kebahagiaan semata”. Industri pariwisata sangat erat kaitannya dengan dunia perhotelan, karena hotel bergerak dalam bidang pelayanan jasa beserta akomodasinya untuk mendukung lancarnya pariwisata di Indonesia (Agus Sulastiyono, 2016).

Hotel merupakan sarana penunjang pariwisata yang menyediakan akomodasi untuk menginap serta kebutuhan yang diperlukan oleh tamu saat menginap seperti makan dan minum dan fasilitas lainnya yang dikelola secara profesional dan didukung tenaga kerja yang memiliki keterampilan yang baik di bidang perhotelan. Hotel menurut Damardjati (2012:73) adalah suatu perusahaan yang menyediakan jasa-jasa dalam bentuk akomodasi (penginapan) serta menyajikan hidangan dan fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum, yang memenuhi syarat-syarat kenyamanan dan bertujuan komersial. Menurut Hermawan dkk (2018) Hotel adalah suatu industri atau usaha jasa yang dikelola secara komersial.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, hotel merupakan usaha yang dikelola secara komersial yang menyediakan makanan dan minuman serta fasilitas lainnya untuk umum.

Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang merupakan hotel bintang empat (****) yang berada di Jalan Intan No.12, Komplek LIK Ulu Gadut, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang. Hotel ini diresmikan pada tanggal 5 Mei 2016 oleh pemilik (*owner*) yang bernama Feryyanto Gani dan nama Imelda sendiri diambil dari nama putri beliau. Imelda hotel *Waterpark Convention* Padang memiliki 108 kamar yang terdiri dari 13 *smart room*, 42 *superior room*, 15 *deluxe room*, 12 *executive room*, 4 *suite room* dan 6 unit villa yang mempunyai 4 kamar di dalamnya. Dilengkapi dengan Bali *restaurant*, *room service*, 6 ruang rapat lengkap dengan peralatan yang dibutuhkan untuk rapat, *ballroom* yang bisa mengakomodir sebanyak 1000-2000 orang, *waterpark*, *laundry and dry cleaning*.

Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang selama tahun 2021.

Tahun	Bulan	<i>Room Sold</i>	<i>Occupancy</i>
2021	Januari	471	16,7 %
	Februari	190	8,27 %
	Maret	337	12,44 %
	April	243	9,17 %
	Mei	228	8,82 %

Tahun	Bulan	Room Sold	Occupancy
2021	Juni	694	23,8 %
	Juli	143	6,8 %
	Agustus	441	17,82 %
	September	846	37,68 %
	Oktober	903	32,57 %
	November	744	26,92 %
	Desember	1.253	43,09 %

Sumber: Front Office Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang, 2022

Room occupancy di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang pada tahun 2021 tidak mencapai 50%, berdasarkan hal tersebut dapat diperkirakan *repeat order* juga akan ikut terpengaruh. Berikut merupakan data *repat order* tersebut:

Tabel 2. Jumlah Repeat Order Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang pada Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Repeat Order	Persentase (%)
1	Januari	15	3,18 %
2	Februari	8	4,21%
3	Maret	10	2,96%
4	April	9	3,70%
5	Mei	15	6,57%
6	Juni	17	2,44%
7	Juli	8	5,59%
8	Agustus	10	2,26%
9	September	18	2,12%
10	Oktober	20	2,21%
11	November	16	2,15%
12	Desember	20	1,59%

Sumber: *Front Office* Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat *repeat order* selama tahun 2021 masih rendah. Dapat dilihat pada bulan Januari *room sold* 471 namun yang *repeat order* hanya 15. Pada bulan Februari *room sold* 190 namun yang *repeat order* hanya 8 dan yang paling tinggi pada bulan Desember total *room sold* mencapai 1.253 namun hanya 20 yang *repeat order*, total yang melakukan *repeat order* tidak mencapai 10% dari angka minimal 30% maka hal tersebut tentu akan memberikan pengaruh terhadap *repurchase intention* tamu di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang. Menurut Megantara (2016), “niat pembelian kembali (*repurchase intention*) adalah niat seorang pelanggan untuk membeli produk yang sudah pernah dibeli di masa lalunya”. Niat pembelian ulang dipengaruhi oleh kepuasan dan kepercayaan pelanggan, jika pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang diberikan maka secara otomatis pelanggan tersebut percaya untuk memilih produk atau jasa itu lagi, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang kembali (Wardana dan Oktarini , 2018).

Menurut Daryanto (2019), “kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi. Menurut Choi dan Kim (2013), “tingkat kepuasan membuat konsumen mempunyai niat yang semakin kuat untuk mengulang suatu pembelian, niat pembelian ulang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas pada dasarnya adalah evaluasi dari pelanggan tentang apa yang telah diterima sesuai dengan yang diharapkan”.

Kepuasan pelanggan menurut Permana (2013) mempunyai lima indikator yaitu tercapainya harapan pelanggan, terpenuhinya kebutuhan pelanggan, tercapainya keinginan pelanggan, keinginan memakai produk kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

Namun masih banyak tamu yang belum mendapatkan kepuasan ketika menginap di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Ulasan Tamu
Sumber: Traveloka 2022

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dilihat indikator kepuasan pelanggan adalah tidak tercapainya harapan pelanggan. Tamu tidak mendapatkan kamar sesuai dengan yang diharapkan, dimana tamu mendapatkan kamar yang plafonnya sudah bolong dan sarapan yang masih kurang enak.



Gambar 2. Ulasan Tamu
Sumber: Traveloka 2022

Berdasarkan gambar 2 diatas, dapat dilihat indikator kepuasan pelanggan adalah tidak terpenuhinya kebutuhan pelanggan. Tamu mendapatkan kamar yang Ac-nya panas serta mendapatkan lampu kamar mati yang cukup lama sehingga tamu merasa terganggu.



Gambar 3. Ulasan Tamu
Sumber: Traveloka 2022

Berdasarkan gambar 3 diatas, dapat dilihat indikator kepuasan pelanggan adalah tidak tercapainya keinginan pelanggan. Dimana tamu mendapatkan kamar mandi yang kotor, sarapan tidak sesuai dengan yang diinginkan dan mendapatkan pelayanan yang kurang ramah.



Gambar 4. Ulasan Tamu
Sumber: Traveloka 2022

Berdasarkan gambar 4 diatas, dapat indikator kepuasan pelanggan adalah tidak ingin merekomendasikan produk kepada orang lain. Tamu kecewa karena lokasi jauh dari pusat kota, pelayanan jelek, dan banyaknya sampah. Sehingga tamu tidak merekomendasikan *Imelda Hotel Waterpark Convention* kepada orang lain.

Berdasarkan permasalahan diatas, masih banyak tamu yang tidak mendapatkan kepuasan pada saat menginap, sehingga hal tersebut akan berdampak kepada kepercayaan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tidak terpenuhi maka kepercayaan pelanggan pun akan menurun, karena kepercayaan merupakan kunci utama sebuah bisnis (Nisa:2018). Menurut Priansa (2017) “Kepercayaan pelanggan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi”.

Banyaknya *review* negatif dari ulasan pelanggan diatas dimana pelanggan tidak ingin membeli dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, hal tersebut menunjukkan rendahnya kepercayaan pelanggan terhadap apa yang telah diberikan.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara pra penelitian yang dilakukan kepada beberapa pelanggan didapatkan hasil bahwa, kepuasan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Pelanggan beranggapan jika mendapatkan kepuasan pada saat menginap, maka pelanggan akan percaya dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang kembali, begitupun sebaliknya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel Waterpark Convention Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang peneliti kemukakan pada latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Rata-rata *Occupancy* yang tidak mencapai 50% di setiap bulannya.
2. Rendahnya *repeat order* dilihat dari rata-rata tidak mencapai 10%.
3. Kurangnya kepuasan tamu terhadap pelayanan yang diberikan.
4. Rendahnya kepercayaan tamu sehingga tidak ingin merekomendasikan produk kepada orang lain.
5. Tidak tercapainya harapan tamu karena tidak mendapatkan apa yang diharapkan.
6. Tidak terpenuhinya kebutuhan tamu saat menginap.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kepuasan Tamu di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
2. Bagaimana Kepercayaan Tamu di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
3. Bagaimana *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
4. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
5. Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
6. Bagaimana Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Repurchase Intention* tamu menginap di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan Kepuasan Tamu di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
- b. Mendeskripsikan Kepercayaan Tamu di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
- c. Mendeskripsikan *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
- d. Menganalisis Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
- e. Menganalisis Pengaruh Kepercayaan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.
- f. Menganalisis Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Tamu Terhadap *Repurchase Intention* di Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi Imelda Hotel *Waterpark Convention* Padang agar *repurchase intention* dapat ditingkatkan melalui kepuasan dan kepercayaan tamu.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Jurusan Pariwisata Program Studi D4 Manajemen Perhotelan.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan, perbandingan, penambah ilmu pengetahuan dan studi kepustakaan bagi yang memerlukan serta bahan referensi dan informasi bagi peneliti lainnya terutama tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap *repurchase intention*.

4. Bagi Peneliti

Sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang.