

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI PREMIER BASKO HOTEL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan*



Oleh :

**SUKMA FITRI AMSY
NIM. 1302607/2013**

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

2018

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI PREMIER BASKO HOTEL PADANG**

Nama : Sukma Fitri Amsy
Nim/Bp : 1302607/2013
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2018

Disetujui Oleh

Pembimbing I


Dr. Yuliana, SP, M. SI
NIP. 19700727 199703 2003

Pembimbing II


Hijrivantoni Suyuthie, SIP, MM
NIP. 19780903 201012 1 001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP

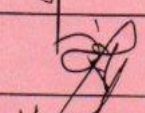
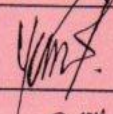
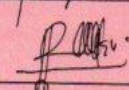
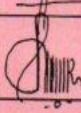

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2 001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Tamu
Menginap Di Premier Basko Hotel Padang
Nama : Sukma Fitri Amsy
NIM/ BP : 1302607/2013
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2018

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	: Dr. Yuliana, SP, M. SI	1. 
Sekretaris	: Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM	2. 
Anggota	: Youmil Abrian, SE, M.M	3. 
	Rian Surenda, SEI, MM	4. 
	Lise Asnur, M.Pd	5. 



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : info@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sukma Fitri Amsy
NIM/BP : 1302607/2013
Prodi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

“Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Premier Basko Hotel Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi yang berlaku, baik dari institusi Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

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

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP

Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan,



Sukma Fitri Amsy
NIM. 1302607

ABSTRAK

Sukma Fitri Amsy. NIM: 1302607. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Premier Basko Hotel Padang. Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata & Perhotelan Universitas Negeri Padang. Pembimbing I : Dr. Yuliana, S.P., M.Si, Pembimbing II: Hijriyantomi Suyuthie, S.IP.,MM

Penelitian ini berawal dari hasil pengamatan peneliti terhadap tingkat hunian kamar di Premier Basko Hotel Padang yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun, ini diduga oleh keputusan tamu menginap oleh konsumen tidak stabil selama tiga tahun terakhir 2015-2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Premier Basko Hotel Padang.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode assosiatif kausal yang bertujuan untuk melihat seberapa besar Pengaruh *Brand Image* (X) Terhadap Keputusan Tamu Menginap (Y) di Premier Basko Hotel Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang sedang maupun sesudah menginap di hotel dengan jumlah 97 orang, sampel diambil dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan sampel *purposive sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu Tamu yang pernah maupun sedang menginap di Premier Basko Hotel Padang dengan kriteria umur di atas 17 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskripsi dan korelasi dengan bantuan Program Komputer SPSS versi 16.00.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut: (1) *Brand Image* berada pada kategori cukup (50,51%), (2) Keputusan tamu Menginap berada pada kategori cukup (33,0%), (3) Hasil uji hipotesis regresi linear sederhana diperoleh $F_{14,437}$ dengan $sig. 0,000 < 0,05$, maka variabel *brand image* dapat menjelaskan variabel keputusan tamu menginap secara signifikan, dengan nilai R Square sebesar 0,132. Artinya *brand image* mempengaruhi keputusan tamu menginap sebesar 13% dan 87% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya diperoleh $t_{3.800}$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$, maka terdapat hubungan signifikan antara kedua variabel. Kemudian diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,591, dengan nilai pada $sig. 0,000 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *brand image* akan meningkatkan 0,591 satuan keputusan tamu menginap. Maka hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* Terhadap Keputusan Tamu Menginap, maka H_a diterima.

Kata kunci: *Brand Image*, Keputusan Tamu Menginap

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Premier Basko Hotel Padang”**. Skripsi ini penulis buat sebagai salah satu persyaratan dalam penulisan skripsi untuk memperoleh gelar sarjana sains terapan, pada Prodi D4 Manajemen perhotelan, Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair.M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pariwisata.
3. Dr. Yuliana, SP., M. Si Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan sabar dan memberikan masukan yang berarti dengan berbagai disiplin ilmu.
5. Bapak Youmil Abrian, SE., MM, dan Bapak Rian Surenda, S.EI, MM, dan Ibu Lise Asnur, M.Pd selaku tim penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini
6. Seluruh staff pengajar dan teknisi Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP
7. Kedua orang tua yang selalu menyertai penulis dengan doa dan memberi semangat

8. Semua sahabat, teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan yang memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Padang , Agustus 2018

Sukma Fitri Amsy

Nim. 1302607/2013

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
1. Tujuan Umum.....	9
2. Tujuan Khusus	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	11
1. <i>Brand Image</i>	11
a. Pengertian <i>Brand</i> /Merek.....	11
b. Pengertian <i>Brand Image</i> /Citra	12
c. Komponen <i>brand image</i>	13
2. Keputusan Pembelian	15
a. Pengertian Keputusan Mengingat.....	15
b. Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan mengingat	17
c. Proses Pengambilan Keputusan mengingat	19
B. Kerangka Konseptual	24
C. Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Variabel Penelitian	25

C. Definisi Operasional Variabel.....	26
D. Populasi dan Sampel Peneltian	26
1. Populasi Penelitian.....	27
2. Sampel	27
E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
1. Jenis Data.....	29
2. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Instrumen Penelitian.....	29
G. Uji Coba Instrumen	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	33
H. Teknik Analisis Data.....	34
1. Mentabulasi Data	34
2. Deskripsi Data	34
I. Uji Persyaratan Analisis	35
1. Uji Normalitas	35
2. Uji Homogenitas.....	35
3. Uji linearitas.....	36
J. Pengujian Hipotesis.....	36
1. Uji regresi linear sederhana	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	44
1. Deskriptif karakteristik Responden	44
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
3. Uji Persyaratan Analisis.....	67
4. Uji Hipotesis.....	70
B. Pembahasan.....	72
1. <i>Brand Image</i>	73
2. Keputusan tamu Menginap.....	74
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Tamu Menginap di Premier Basko Hotel Padang.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tingkat Hunian Kamar Rata-rata di Hotel Premier Basko Padang Pertahun pada 2015 - 2017	5
2. Pilihan Jawaban Skala Likert	32
3. Kisi-kisi Operasional variabel penelitian	32
4. Hasil Uji Validitas	35
5. Interpretasi Nilai r (<i>Alpha Cronbach</i>).....	36
6. Hasil Uji Reliabilitas Angket	37
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin.....	44
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap.....	45
11. Hasil Perhitungan Statistik Variabel X dan Y	46
12. Hasil Perhitungan Statistik <i>Brand Image</i>	47
13. Klasifikasi Skor Variabel <i>Brand Image</i>	48
14. Hasil Perhitungan Statistik <i>Brand Favorability</i>	49
15. Klasifikasi Skor indikator <i>Brand Favorability</i>	50
16. Hasil Perhitungan Statistik <i>Brand Strenght</i>	51
17. Klasifikasi Skor indikator <i>Brand Strenght</i>	52
18. Hasil Perhitungan Statistik <i>Brand Unniqueness</i>	53
19. Klasifikasi Skor indikator <i>Brand Unniqueness</i>	54
20. Hasil Perhitungan Statistik Keputusan Menginap.....	55
21. Klasifikasi Skor Variabel Keputusan Menginap	56
22. Hasil Perhitungan Statistik Pengenalan Kebutuhan	57
23. Klasifikasi Skor indikator Pengenalan Kebutuhan	58
24. Hasil Perhitungan Statistik Pencarian Informasi.....	59
25. Klasifikasi Skor indikator Pencarian Informasi	60
26. Hasil Perhitungan Statistik Evaluasi Alternatif.....	61
27. Klasifikasi Skor indikator Evaluasi Alternatif	62
28. Hasil Perhitungan Statistik Keputusan pembelian	63
29. Klasifikasi Skor indikator Keputusan pembelian.....	64

30. Hasil Perhitungan Statistik Perilaku Pasca Menginap	65
31. Klasifikasi Skor Indikator Perilaku Pasca Menginap	66
32. Uji Normalitas	67
33. Uji Homogenitas	68
34. Hasil Uji Linearitas	69
35. Uji Regresi Linear Sederhana.....	70
36. Uji Korelasi Koefisien regresi	71
37. Hasil Uji R Square Variabel X dan Y	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka konseptual Pengaruh <i>brand image</i> terhadap.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Dari Fakultas	81
2. Surat Izin Dari Premier Basko Hotel	82
3. Kuesioner Uji Coba Instrumen.....	84
4. Data Uji Coba Instrumen Kuesioner Penelitian	90
5. Analisa Uji Coba Instrumen Kuesioner Penelitian	
6. Instrumen Penelitian.....	105
7. Data Penelitian	111
8. Klasifikasi Skor	133
9. Kartu Konsultasi.....	144

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata dinilai sebagai industri yang menjanjikan dalam membantu keadaan ekonomi sebuah negara dikarenakan setiap negara didunia memanfaatkan karakteristik pariwisata yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Kepariwisataan dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi Negara-Negara yang telah berkembang atau perekonomiannya maju.

Peningkatan ekonomi suatu daerah tidak terlepas dari kinerja bisnis dan industri pariwisata, diantaranya meliputi fasilitas akomodasi, penyedia makanan dan minuman, ataupun bidang usaha lainnya. Untuk mendukung kegiatan pariwisata, banyak perusahaan yang bersaing dalam bidang industri pariwisata baik itu dalam bentuk kuliner maupun akomodasi. Industri pariwisata yang banyak ditemukan dan selalu ada di setiap kota adalah usaha perhotelan. Hotel telah menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat apabila berkunjung ke suatu daerah ataupun suatu negara sebagai tempat beristirahat. Usaha perhotelan tidak hanya pada kegiatan penginapan saja melainkan jasa *restaurant*, *convention*, *meeting package*. Hotel merupakan salah satu pertimbangan bagi orang-orang yang berwisata pada suatu daerah, karena hampir semua kebutuhan para wisatawan dapat terpenuhi saat di hotel, khususnya yaitu sebagai tempat beristirahat.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2014 Pasal 1, hotel adalah penyedia akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan liburan dan fasilitas lainnya secara seharian dengan tujuan memperoleh keuntungan. Salah satu daerah di Indonesia yang terdiri dari banyak industri perhotelan adalah Sumatera Barat, dimana daerah ini banyak dikunjungi oleh para wisatawan, baik itu wisatawan asing maupun lokal. Kota Padang merupakan salah satu daerah Sumatera Barat yang ramai dikunjungi wisatawan sehingga banyak hotel yang tersedia di kota ini.

Hotel merupakan salah satu pertimbangan bagi orang-orang yang berwisata pada suatu daerah, karena hampir semua kebutuhan para wisatawan dapat terpenuhi saat di hotel, khususnya yaitu sebagai tempat beristirahat. Tamu memiliki kebutuhan serta keinginan yang unik dan mereka dapat berbeda dalam hal kebutuhan, sumber daya dan pola pembelian. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui apa dan bagaimana kebutuhan dan keinginan tamu. Dalam memenuhi kebutuhan tamu pihak hotel harus memiliki produk atau jasa yang berbeda dari hotel lain sehingga tamu memutuskan untuk menginap.

Menurut Tjiptono (2008: 21) “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

masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Indikator dari keputusan menginap 1). Pengenalan masalah/ kebutuhan, 2) pencarian informasi, 3) evaluasi alternatif, 4) keputusan menginap, 5) perilaku pasca menginap”.

Ada beberapa faktor menjadi pertimbangan oleh tamu untuk mengambil keputusan menginap di sebuah hotel yaitu faktor harga, kualitas produk, citra merek, dan promosi (Kotler, 2002). Menurut Kotler (2007 : 332)” *Brand Image* adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing”.

Menurut Keller (2003), di dalam Brand image terdapat 3 faktor yang merangkai sebuah brand image, antara lain: *Brand Favorability* adalah kesukaan terhadap *brand*, *Brand Strength* adalah seberapa sering seseorang terpikir tentang informasi suatu *brand*, *Brand Uniqueness* adalah membuat kesan unik dan perbedaan yang berarti diantara *brand* lain.

Maka dari itu tidaklah mudah untuk membentuk citra, sehingga bila terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya. Saat perbedaan dan keunggulan merek dihadapkan dengan merek lain, munculah posisi merek. Jadi apabila suatu penginapan itu sudah memiliki

brand/merek, maka para tamu yang akan menginap akan merasa aman karena kualitas citra merek hotel sudah terkenal.

Kota Padang sebagai Ibukota Provinsi Sumatera Barat, merupakan salah satu destinasi pariwisata di Indonesia dan merupakan pusat pengembangan kepariwisataan untuk wilayah Indonesia bagian barat. Hal tersebut dapat di lihat dari banyaknya didirikan hotel berklasifikasi berbintang maupun hotel melati. Menurut data yang diperoleh dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia pada tahun 2013, tercatat di Kota Padang sebanyak 5 hotel berbintang satu, 4 hotel berbintang dua, 3 hotel berbintang tiga, dan 3 hotel berbintang empat, serta 8 hotel non berbintang dengan jumlah kamar yang dimiliki bervariasi.

Berkembangnya bisnis perhotelan menyebabkan adanya persaingan yang menuntut perusahaan perhotelan di Kota Padang untuk secara aktif dan kreatif berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini disebabkan karena Kota Padang dan sekitarnya memiliki objek wisata yang menarik bagi para wisatawan. Melihat banyaknya wisatawan yang datang ke Padang menyebabkan bisnis perhotelan ini memiliki kesempatan yang baik untuk berkembang. Sehingga dengan melihat kondisi tersebut bisnis ini memiliki peluang yang sangat menguntungkan.

Banyaknya usaha atau bisnis perhotelan khususnya di Kota Padang, mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel di Kota Padang. Salah satu hotel yang terdapat di Kota Padang adalah Premier Basko Hotel. Hotel ini termasuk salah satu hotel yang di minati oleh wisatawan.

Namun, berdasarkan temuan observasi yang peneliti lakukan di peroleh temuan berupa data yang berkaitan dengan tingkat hunian kamar pada tahun 2015-2017. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar Tahun 2015-2017 Premier Basko Hotel Padang

Bulan	2015	2016	2017
Januari	1712	1276	1360
Februari	1745	1893	2406
Maret	2180	2670	2790
April	2842	3560	2574
Mei	3394	3643	2772
Juni	2207	3058	1407
Juli	2596	2779	3267
Agustus	3044	3195	2657
September	2917	2559	2660
Oktober	4072	2550	2973
November	4378	2785	3401
Desember	3205	2569	3327
Total	34292	32537	31594

Sumber: *Front Office Department* Hotel Basko Padang (2017)

Tabel 1 menunjukkan bahwa pencapaian target serta tingkat hunian rata-rata kamar di Premier Basko Hotel Padang setiap tahunnya mengalami penurunan.

Berdasarkan ulasan di TripAdvisor pada tanggal 10 Januari 2018, di temui masalah mengenai karyawan yang tidak profesional dalam menangani tamu, karyawan reservasi yang lupa menuliskan bahwa seorang tamu sudah membooking kamar lewat *telephone*, akan tetapi ketika tamu ingin *check in* kamar yang diminta tidak tersedia, untungnya tamu membuat cadangan melalui *website booking online* sehingga ketika tamu *check in* hanya menambah *ekstra bed*.

TripAdvisor adalah komunitas wisata terbesar di dunia untuk mencari informasi, saran, dan opini dari jutaan wisatawan guna membantu wisatawan dalam merencanakan serta menikmati perjalanan impian. Komunitas *TripAdvisor* memposting rata-rata 60 kontribusi setiap menit, dengan begitu banyak informasi yang mudah diakses, wisatawan dapat membuat keputusan tepat tentang tempat menginap, makan, dan bermain, ke manapun. Pada tanggal 12 juli 2016 salah satu ulasan wisatawan yang terdapat di *TripAdvisor* menyatakan Premier Basko Hotel Padang “mengecewakan”. Alasan tamu ini mengungkapkan hal tersebut bahwa kamar hotel yang di pesan tidak sesuai dengan kenyataan pada saat check in dengan dengan berbagai alasan untuk menutupi permintaan tamu tersebut yang tidak terpenuhi. Hal ini dapat merusak brand image Hotel Premier Basko Padang karena konsumen ini menginformasikan keburukan yang dialaminya pada saat menginap di Premier Basko Hotel Padang sehingga akan berdampak terhadap tamu-tamu lain yang akan memilih Premier Basko Hotel Padang untuk menginap.

Penulis juga menemukan ulasan di *TripAdvisor* tentang Premier Basko Hotel, yaitu “Hotel sebelah mall”, disini tamu menceritakan bahwa hotel ini lumayan baru, lobbynya bagus, varian makanan untuk *breakfst* juga banyak, hotel ini juga memiliki mall sebelahnya, hanya saja ukuran kamarnya kecil untuk kelas bintang 5, kolam renangya juga kecil dan saat kami menginap kolam renangya kotor sekali. Kemudian penulis menemukan isu yang terkait dengan *brand image* Premier Basko Hotel

Padang, terjadinya eksekusi tanah yang dilakukan pihak PT Kereta Api pada tanggal 18 Januari 2018, eksekusi tanah yang dilakukan lantaran ada permasalahan antara pihak PT Kereta Api dengan pihak Premier Basko Hotel Padang. Menurut isu yang didapat eksekusi ini mengakibatkan kemarahan pada tamu, yang mengakibatkan tamu yang sedang menginap terpaksa dipindahkan ke hotel sekitar Kota Padang. Tamu merasa kecewa dengan hal ini, karena tidak ada dari pihak hotel yang menginfokan bahwa akan ada eksekusi tanah tersebut, dan dari karyawan Premier Basko Hotel juga merasa trauma karena terkejut dengan perubahan bangunan yang dilakukan secara mendadak dan tidak ada info sebelumnya. Hal ini sangat berpengaruh besar terhadap *brand image* Premier Basko Hotel Padang yang sudah mulai buruk.

Penulis juga menemukan masalah melalui ulasan di *TripAdvisor*, Seorang tamu juga mengatakan bahwa “Harga Kamar belum *include* dengan *breakfast*” ungkapan ini dinyatakan oleh tamu karena pada saat check in *receptionis* mengatakan bahwa kupon untuk *breakfast* tidak usah, ketika ingin breakfast tamu diberitahukan oleh karyawan restoran bahwa kamarnya belum *include* dengan *breakfast*, sehingga membuat tamu kebingungan. Kemudian tamu mengungkapkan melalui ulasan yang ada dalam *TripAdvisor* “Fasilitas kamar tidak sesuai dengan bintangnya, *please check all the facilities when check in* ” hal ini diungkapkan karena tamu merasa fasilitas kamar seperti amenities yang ada di kamar mandi tidak lengkap, untung saja tamu membawa perlengkapan lengkap sehingga

tidak susah untuk meminta dan menunggu housekeeping untuk mengantarnya. Ketika tamu merasa tidak nyaman dan tamu tidak merasa aman saat check in saat itu ialah citra merek perlu di perhatikan guna untuk menghindari hal-hal negatif yang akan membuat keadaan akan semakin buruk apabila tidak diperhatikan dari pihak hotel.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH BRAND IMAGE HOTEL TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI PREMIER BASKO HOTEL PADANG”**.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Menurunnya tingkat hunian kamar Premier Basko Hotel Padang
2. Kurangnya keramah tamahan karyawan dalam memenuhi permintaan tamu.
3. Munculnya persepsi negatif tentang layanan hotel
4. Pelayanan karyawan yang belum baik dalam memproduksi produk yang di jual hotel
5. Tamu yang merasakan pengalaman buruk sehingga di sebar luaskan ke konsumen lain.
6. Fasilitas yang belum memenuhi harapan tamu.

C. Pembatasan Masalah

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian dan untuk memperjelas tujuan penelitian serta membatasi masalah penelitian yaitu:

1. *Brand Image*
2. Keputusan Menginap
3. Pengaruh *Brand Image* dengan keputusan tamu menginap di Premier Basko Hotel.

D. Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana *brand image* di Premier Basko Hotel Padang?
2. Bagaimana keputusan tamu menginap di Premier Basko Hotel Padang?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan tamu menginap di Premier Basko Hotel Padang?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image* hotel terhadap keputusan tamu menginap di Premier Basko Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

- a. Mendeskripsikan tentang *brand image* di Premier Basko Hotel

Padang

- b. Mendeskripsikan tentang keputusan menginap di Premier Basko Hotel Padang.
- c. Menganalisis Pengaruh *brand image* hotel dengan keputusan menginap di Premier Basko Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan bermanfaat bagi semua pihak antara lain :

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* Premier Basko sebagai tempat penginapan di Kota Padang.

2. Bagi Tamu

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

3. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan tentang pengaruh *brand image* terhadap keputusan menginap di Premier Basko Hotel Padang.

4. Bagi penulis

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.