ANALISIS PERILAKU *BRAND SWITCHING*TAMU DIKYRIAD HOTEL BUMIMINANG PADANG

SKRIPSI

Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang. Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)

Oleh :

PUJI INTANI
NIM : 18135307

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

ABSTRAK

Puji Intani, 2023. Analisis Perilaku *Brand Switching* Tamu di Hotel Kyriad Bumiminang Padang.

Penelitian dilakukan untuk menganalisis Perilaku*Brand Switching* Tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang.Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *survey*.Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling.Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria pengambilan sampel ialah yang pernah menginap di Kyriad Hotel Bumiminang Padang dan sudah berumur diatas 17 tahun. Sampel yang digunakan merupakan tamu Kyriad Hotel Bumiminang Padang yang berjumlah 73 orang. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket yang menggunakan skala *likert*. Selain itu, data yang diperoleh dideskripsikan, kemudian dilakukan deskripsi hasil penelitian menggunakan teknik TCR.

Berdasarkan hasil penelitian analisis perilaku*brand switching* di Kyriad Hotel Bumiminang Padang , didapat hasil sebagai berikut: indikator gaya hidup berada pada kategori buruk dengan rata – rata 4.16, indikator pencarian variasi berada pada kategori buruk dengan rata – rata 3.97, indikator kepercayaan pelanggan berada pada kategori buruk 3.95, dan indikator promosi berada pada kategori buruk dengan rata – rata 3.75.

Kata Kunci: *Brand Switching*, Gaya Hidup, Kepercayaan Pelanggan, Pencarian Informasi, Promosi, Kyriad Hotel Bumiminang Padang

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU *BRAND SWITCHING* TAMU DI KYRIAD HOTEL BUMIMINANG PADANG

Nama	: Puji Intani
NIM/BP	: 18135307/2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 20 February 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Nidia Wulansari, SE, M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala 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	: Analisis Perilaku *Brand Switching* Tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang
Nama	: Puji Intani
NIM/BP	: 18135307/2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 17 February 2023

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Ketua	: Nidia Wulansari, SE. M.M	1.
2. Anggota	: Youmil Abrian, SE, M.M	2.
3. Anggota	: Arif Adrian, SE, M.SM	3.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl.Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Puji Intani
NIM/TM	: 18135307/ 2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

"Analisis Perilaku *Brand Switching* Tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang" adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

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

Diketahui,
Kepala Departemen Pariwisata

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

Saya yang menyatakan,

Puji Intani
NIM. 18135307

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul **"Analisis Perilaku *Brand Switching Tamu*di Hotel Kyriad Bumiminang Padang"**.Penelitian proposal penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian proposal penelitian ini peneliti banyak mendapat bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, Ph.D, selaku dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
2. Bapak Trisna Putra,SS, M.Sc, selaku Ketua Departmen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Nidia Wulansari S.E,M.M selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penelitian proposal ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan proposal ini.
4. Bapak Youmil Abrian, SE, M.M selaku dosen penguji satu yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan yang berarti dalam penulisan ini.
5. Bapak Arif Adrian, SE, M.SM selaku dosen peguji dua yang telah meluangkan waktu untuk memerikan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.

6. Seluruh dosen, tenaga administrasi, dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
7. Seluruh karyawan Kyriad Hotel Bumiminang Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
8. Kedua orang tua yang telah banyak membantu dalam hal moril maupun materi, tanpa dukungan dan do'a dari orang tua, penulis tidak dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
9. Seluruh keluarga yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis.
10. Seluruh pihak terkait yang telah mengizinkan dan membantu peneliti untuk melaksanakan penelitian di Kyriad Hotel Bumiminang Padang.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti, Aamiin Ya Rabbal alamin.Peneliti menyadari bahwa penelitian proposal penelitian ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti bersedia menerima segala kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan proposal penelitian ini.Peneliti berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sendiri khususnya dan pembaca pada umumnya.

Padang,Januari 2023

Puji Intani
18135307

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR TABEL ..... **vii**

DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 10
C. Batasan Masalah 10
D. Rumusan Masalah 10
E. Tujuan Penelitian 11
F. Manfaat Penelitian 11

BAB II KAJIAN TEORI **12**

A. Landasan Teori 12
   1. Brand (Merek) 12
   2. Brand Switching 15
B. Kerangka Konseptual 22
C. Pertanyaan Penelitian 23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **24**

A. Jenis Penelitian 24
B. Tempat dan Waktu Penelitian 25
C. Variabel Penelitian 25
D. Definisi Operasional Variabel 25
E. Populasi dan Sampel 26
   1. Populasi 26

2. Sampel 27
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data 29
1. Jenis Data 29
2. Teknik Pengumpulan Data 29
G. Instrumen Penelitian 30
H. Uji Coba Instrumen 31
1. Uji Validitas 31
2. Uji Reliabilitas 32
I. Teknik Analisis Data 34
1. Tabulasi Data 34
2. Deskripsi Data 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 36
B. Hasil Penelitian 36

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 49

A. Kesimpulan 49
B. Saran 50

DAFTAR PUSTAKA 51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar Hotel Kyriad Bumiminang Padang.....4
Tabel 2. Jumlah Populasi Penelitian.....23
Tabel 3. Pilihan Jawaban Skala Likert.....26
Tabel 4. Kisi – kisi Operasional Variabel.....27
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....28
Tabel 6. Interpretasi Nilai r (Alpha Cronbach).....29
Tabel 7. Uji Reliabilitas.....29
Tabel 8. Tingkat Capaian Indikator (TCI).....30
Tabel 9. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....32
Tabel 10. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....32
Tabel 11. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....33
Tabel 12. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....34
Tabel 13. Tingkat Capaian Responden Indikator Gaya Hidup.....35
Tabel 14. Tingkat Capaian Responden Indikator Pencarian Variasi.....36
Tabel 15. Tingkat Capaian Responden Indikator Kepercayaan Pelanggan.....37
Tabel 16. Tingkat Capaian Responden Indikator Promosi.....38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brand Bumiminang.....3

Gambar 2. Ulasan Tamu Terkait Dengan Indikator Kepercayaan 6

Gambar 3. Ulasan Tamu Tentang Pelayanan (Keandalan dan Kepedulian) 7

Gambar 4. Ulasan Tamu Pada OTA (Online Travel Agent).....8

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis menghadapi era baru dalam globalisasi hal ini berdampakpada persaingan dalam dunia usaha baik di bidang industri dan perdaganganmaupun jasa yang semakin kompetitif.Pada bidang jasa hotel menjadi salah satu bisnis yang yang memilikitingkat saing yang semakin tinggi. Menurut Widanaputra (2009:16) definisi hotel adalahsuatu jenisakomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagianatauseluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasapenginapan,makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya dimana fasilitasdan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umumyang ingin menginap.

Hotel merupakan sarana utama yang menunjang kepariwisataan. Tanpa adanya hotel, wisatawan akan sulit untuk dapat menikmati perjalanan wisatanya. Di hotel, wisatawan dapat tinggal sampai dengan 24 jam perharinya.Menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tampa adanya perjanjian khusus.Oleh karena itu hotel juga memiliki peranan yang penting dalam menjaga dan meningkatkan citra destinasi wisata.

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah tujuan wisata, baik wisata alam maupun budaya.Padang merupakan salah satu salah satu daerah destinasi

wisata,tentunya membutuhkan ketersediaan hotel yang berkualitas. Pertumbuhan wisatawan yang cenderung mengalami peningkatan, mengakibatkan pertumbuhan hotel dan sarana akomodasi di Padang semakin meningkat.Tingkat pertumbuhan hotel yang melebihi tingkat pertumbuhan wisatawan yang datang ke Padang, tentunya menimbulkan persaingan yang semakin ketat bagi pengelola usaha hotel.Persaingan yang terjadi bukan hanya antar hotel berbintang di elasnya, namun sudah sampai antar bintang dan bahkan bukan bintang. Persaingan diperkuat dengan sistem pemasaran online yang menawarkan berbagai macam kemudahan, pilihan bahkan program loyalitas yang sangat menarik wisatawan.

Hotel Kyriad Bumiminang merupakan salah satu hotel bintang 4 yang ada di Kota Padang. Hotel yang beralamat di jl. Bundo Kanduang, Padang Barat. Hotel ini memiliki arsitektur megah dengan bentuk bangunan modern tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisi Sumatera Barat. Keunikan Hotel Kyriad Bumiminang sebagai hotel kota Padang yang membawa budaya Minangkabau membuat hotel ini memiliki citra yang positif di mata masyarakat.

Sebelum menjadi Kyriad Hotel Bumiminang , dahulu namanya adalah PT. Hotel Bumiminang Padang Plaza yang bekerjasama dengan Sedona Hotel's Internasional. Bumiminang Hotel pada tanggal 08 Desember 1995 diresmikan dengan nama Hotel Sedona Bumiminang. Akhir 1997 Hotel Bumiminang Padang Plaza mengakhiri kerja sama dengan Sedona Hotel's Intenasional dan berganti nama menjadi Hotel Bumiminang sampai tahun 2016. Pada 25 April 2016 Bumiminang Hotel resmi begabung dengan Louvre Hotel's Group sebuah grup operator hotel yang berbasis di Prancis dan merupakan operator hotel terbesar ke

dua di Eropa. Secara resmi Bumiminang Hotel berganti menjadi Kyriad Hotel Bumiminang Padang.

Dengan peralihan manajemen ini diharapkan manajemen yang baru dapat memberikan nuansa perbedaan yang signifikan dan lebih baik dari manajemen sebelumnya.

Tingkat hunian kamar hotel dapat dipengaruhi oleh hari libur nasional dan pandemi. Tingkat hunian kamar tertinggi di Hotel Bumiminang mulai dari rentang bulan Februari – Juli yaitu pada bulan Mei, tingkat hunian kamar pada bulan mei ditunjang dengan adanya libur lebaran, sehingga banyak tamu yang merupakan keluarga yang memilih menghabiskan waktu liburan lebaran dengan bersantai di hotel. Sedangkan tingkat hunian kamar di Hotel Bumiminang sangat mengalami penurunan pada bulan April, yaitu bertepatan pada bulan Ramadhan. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 1. Tingkat Hunian Kamar Hotel Kyriad Bumiminang

NO	BULAN	TOTAL
1	Februari 2022	35.37%
2	Maret 2022	46.86%
3	April 2022	13.68%
4	Mei 2022	64.41%
5	Juni 2022	50.56%
6	Juli 2022	46.48%

Sumber : Front Office Division Kyriad Bumiminang 2022

Masa pandemi industri perhotelan mengalami penurunan drastis, hal ini mendorong pihak pengelolah industri perhotelan untuk meningkatkan kualitas agar dapat menarik minat konsumen,Ketatnya persaingan membuat hotel-hotel tersebutberusaha keras untuk mempertahankan konsumen dan memperoleh konsumenyang baru untuk membeli produknya.Hotel-hotel tersebutmemberdayakan segala fungsi ataupun bidang yang ada, termasuk bidangpemasaran.Seiring dengan semakin ketatnya persaingan menimbulkan fenomenabaru yang terjadi pada konsumen, yaitu adanya perilaku perpindahan merek *(Brand Switching)* yangdilakukan oleh konsumen.

Menurut Kotler (2015) Brand (merek) adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain, ataugabungan semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dariseorang penjual atau sekelompok penjual dan diharapkan akan membedakanbarang dan jasa dari produk-produk milik pesaing. Tujuan pemberian merek adalah untuk mengidentifikasi produk ataujasa yang ditawarkan. Sebuah merek akan mengidentifikasi suatu produkdengan jelas karena dalam merek ada hal yang disebut ekuitas merek.

Menurut Dharmmesta (dalam Kurniawan 2016) *Brand switching* adalah perilaku perpindahan merek yang dilakukan olehkonsumen karena alasan tertentu atau dapat diartikan juga sebagai kerentanankonsumen untuk berpindah ke merek lain. *Brand switching* dapat terjadi karena beberapa faktor. Menurut Maharani (2010) menyatakan bahwa *Brand switching* dapat dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu: 1) Gaya hidup yang meliputi aktivitas, pendapat, minat dan demografi. 2) *Variety Seeking* (Keinginan Mencari Variasi), 3) kepercayaan pelanggan yang meliputi keandalan, kejujuran, kepedulian dan kredibilitas, 4) Promosiyang meliputi pencarian Informasi Melalui Media.

Teori mengenai faktor *brand switching*diperkuat dengan hasil pra penelitian terhadap beberapa tamu. Tamu 1 berpendapat "saya memilih hotel berdasarkan informasi yang saya dapat melalui media dan tentunya melihat harga yang ditawarkan". Sedangkan tamu 2 "saya memilih hotel berdasarkan kebutuhan saya", dan tamu 3 menyatakan "saya lebih suka memilih hotel berbeda dengan hotel yang saya tempati sebelumnya, karena saya ingin mencoba berbagai fasilitas dan pelayanan yang tentunya berbeda antara hotel satu dengan yang lain". Berdasarkan pendapat 3 orang tamu di tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mereka memilih hotel karena harga, fasilitas, informasi yang didapat dan keinginan mencari variasi baru.

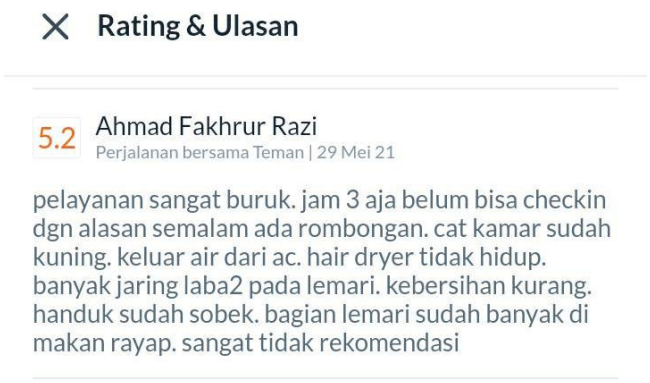
Berdasarkan hasil observasi peneliti di google ulasan masalah yang ditemukan terkaitkepercayaan tamu di Hotel Kyriad Bumiminang yaitu adanya keluhan tamu mengenai fasilitas yang disediakan tidak sesuai dengan harga yang

ditawarkan, serta pelayanan yang dinilai buruk karena lambatnya tanggapan dan pelayanan dari karyawan hotel Kyriad Bumiminang.

Gambar 1.Ulasan Tamu terkait dengan indikator Kepercayaan

Sumber: Traveloka (2022)

Temuan diatas diperkuat oleh hasil pra penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa orang tamu. Tamu 1 berpendapat bahwa “saya memesan kamar di sini karena rating hotel ini lumayan bagus pada OTA, namun saya sedikit kecewa dengan yang saya dapatkan, untuk pemesanan berikutnya saya akan mencoba hotel lain karena pengalaman pertama yang kurang menyenangkan dan saya tentunya ingin mencoba hal baru”.



Gambar 2.Ulasan Tamu tentang Pelayanan (Keandalan dan Kepedulian)

Sumber: pegipegi.com (2022)

Temuan diatas diperkuat dengan hasil pra penelitian pada tamu 4 yang menyatakan "saya kecewa dengan pelayanan yang lambat, sehingga saya harus menunggu dalam waktu yang cukup lama, padahal saya memesan hotel untuk dapat segera beristirahat, namun hal itu harus tertunda karena keterlambatan kerja karyawan hotel" Gambar 1 Ulasan Tamu.

Pencarian informasi melalui media seperti ulasan online yang terdapat di berbagai situs pemesanan kamar online dapat menjadi salah satu strategi promosi yang baik. Hal ini juga akan menjadi faktor pendorong *brand switching* jika calon pengunjung menemui ulasan yang memaparkan berbagai masalah layanan dan fasilitas yang disediakan. Permasalahan berupa ulasan buruk ditemui pada salah satu situs pemesanan hotel online yang dapat menjadi pendorong *brand switching*.

Gambar 3.Ulasan Tamu pada OTA

Sumber: Tiket.com (2022)

Temuan diatas diperkuat dengan pernyataan tamu 4 “saya menemukan beberapa komentar negatif, namun karena saya disini hanya berniat untuk bermalam karena kepentingan mendesak dan harga yang terjangkau, jadi saya tidak terlalu mempermasalahkan hal lainnya, tetapi jika untuk menghabiskan liburan, saya mungkin harus berfikir 2x”. Sedangkan tamu 5 yang merupakan salah satu tamu grup berpendapat bahwa “saya pribadi kurang suka dengan

fasilitas dan pelayanan yang ada, namun karna saya merupakan tamu grup, jadi saya tetap harus menerima pilihan hotel dari organisasi/perusahaan saya, jika untuk keperluan pribadi saya akan berpikir untuk memilih hotel lain".

Berdasarkan banyaknya faktor-faktor yang terkait dalam keputusan perpindahan merek, penelitian ini menggunakan empat faktor yang dapat mempengaruhi Gaya Hidup, pencarian variasi *(variety seeking)*, kepercayaan pelanggan dan promosi.

Berdasarkanlatar belakangdiatas,pentingnya penulis melakukan penelitian ini adalah untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi *brand switching* di Hotel Kyriad Bumiminang Padang. Dari permasalahan yang penulis temukan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul"**Analisis Perilaku *Brand Switching*Tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada, yaitu:

1. Adanya komplain tamu mengenai fasilitas kamar pada online travel agent.
2. Adanya komplain tamu mengenai harga kamar pada online travel agent.
3. Adanya komplain tamu mengenai pelayanan pada online travel agent.
4. Adanya komentar negatif tamu mengenai Hotel Kyriad Bumiminang.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi aspek-aspek yang diteliti, faktor yang mempengaruhi *brand swicthing* di Hotel Kyriad Bumiminang Padang yang ditinjau berdasarkan indikator Gaya Hidup, Pencarian Variasi *(Variety Seeking)*, Kepercayaan Pelanggan dan Promosi.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Bagaimana *brand switching*yang terjadi di Hotel Kyriad Bumiminang yang ditinjau dari indikator Gaya Hidup, Pencarian Variasi *(Variety Seeking)*, Kepercayaan Pelanggan dan Promosi*?*

E. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi aspek-aspek yang diteliti yaitu Perilaku *Brand Switching* Tamu di Hotel Kyriad Bumiminang Padang yang ditinjau berdasarkan indikator Gaya Hidup, Pencarian Variasi *(Variety Seeking)*, Kepercayaan Pelanggan dan Promosi.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan yang telah dirumuskan, yaitu:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk MenganalisaPerilaku *Brand Swicthing* Tamu di Hotel Kyriad Bumiminang Padang.

2. Tujuan Khusus

Tujuan Khusus penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Perilaku *Brand Swicthing* Tamu di Hotel Kyriad Bumiminang Padang.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Kyriad Hotel Bumiminang Padang

   Penulis berharap, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi Kyriad Hotel Bumiminang Padang dalam menganalisis*Brand Swicthing.*

2. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

   Penulis berharap, hasil penelitian ini dapat menambah referensi penelitian di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan terkait*Brand Swicthing*.

3. Bagi Penelitian Berikutnya

   Penulis berharap, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya terkait *Brand Swicthing*.

4. Bagi Penulis

   Hasil penelitian ini digunakan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan dan agar penulis dapat mengetahui *BrandSwicthing* yang terdapat di Kyriad Hotel Bumiminang Padang.