

ANALISIS BRAND TRUST PADA PREMIER BASKO HOTEL PADANG

SKRIPSI

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



Oleh :

**FEBY YULIA SARI AMALIA
NIM.14135072/2014**

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2018

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang mempunyai ilmu pengetahuan beberapa derajat

(Q.S Al-Mujadalah: 11)

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada

Tuhanmulah hendaknya kamu berharap

(Q.S Alam Nasyrah: 6-8)

Alhamdulillah kupanjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekuranganku. Segala syukur ku ucapkan kepadaMu karena telah menghadirkan mereka yang selalu memberi semangat dan doa disaat kutertatih. KarenaMu lah mereka ada, dan karenaMu lah tugas akhir ini terselesaikan. Hanya padamu tempat ku mengadu dan mengucapkan syukur. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhamad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang ku sayangi

Kedua Orang Tua Tercinta

Apa yang ananda peroleh hari ini belum mampu membayar setetes keringat dan air mata mama dan papa yang selalu menjadi pelita dan semangat dalam hidup feby. Trimahkasihi atas semua dukungan mama dan papa, baik moril maupun materil...tanpa kehadiran mama dan papa disamping feby tak mungkin menjadi seperti sekarang. Karya ini kupersembahkan untuk mama dan papa tercinta aku takkan pernah lupa semua pengorbanan dan jerih payah yang mama dan papa berikan untukku agar dapat menggapai cita-cita dan semangat serta do'a yang kau lantunkan untukku di setiap sujudmu sehingga kudapat raih kesuksesan ini. Cita-cita feby kelak dapat membahagiakan mama dan papaamiin

Keluarga Yang Sangat Disayangi

Ilyas, fadel adik-adik yang selalu memberikan semangat tiap hari, sepupu aku yang kece-kece semuanya ipin, vira, ka eka, ka putri, tata icha, ka tiwi, desi, apik, abang tito, abang raci, dedek, afsya, rana, ka ii. Serta tante-tante dan om-om yang tiada henti memberikan dukungan buat feby. Terimahkasihi buat bunda oyi, bunda fony, aunt murni, uncle agus, papa ade, mama tua, nte rina,

ibu mimi, mami rana, mami raci, papi yan, papi zul. Serta khususnya oma ku sayang oma sisa gani yg berada di Gorontalo sana yang selalu memberikan doa serta dukungan buat feby.

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku

Bapak dan selaku dosen pembimbing skripsi feby, serta selaku dosen pembimbing akademik feby dan juga sebagai orang tua kedua setelah orang tua saya dirumah, terima kasih banyak pak dan sudah membantu selama ini dan sangat sabar membimbing serta mengarahkan hingga skripsi feby terselesaikan. Seluruh dosen-dosen Pengajar D4 manajemen perhotelan yang kece-kece abis terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada feby.....

Sahabat dan Teman Terbaikku

Ini bukan sahabat lebih tepatnya bakal jadi pendamping hidup nati wkwkw amiiin :D terima kasih buat ben saputra sst, yang setia memberikan semangat buat ku, yang ga pernah bosan buat dengerin keluhanku, yang selalu sabar ngehadapin mood aku akhirnya kita berdua bisa wisuda bareng yaa ben Alhamdulillah. Selanjutnya terkhususkan buat geng aku manis manis grup: tommy sih kepala suku, dery ajo, intan qadijah, reka fb, fitriyah, yandi, syukra, yulia ningsih, Acela, the last dean gapuak ku. Untuk tommy, deri, ulik, Acela, serta dean cepat nyusul buat gelar SST-nya yaa jangan pernah capek buat bikin skripsi kalian sahabat terbaik miss you bakal rindu kalian nantinya.

Untuk temanku lainnya ada aradea fidelani wanita jomblo ku terima kasih juga buat dukungannya ya, geng sempak yang kocak abis ada farhan, deded, hakeem, bang eko, angga, adit, bg ilham, fakfiri, ande, the last azan dan ary makasih juga buat dukungan kalian cowok-cowok kece abis. Selanjutnya senior-senior paling the best in the world dimulai dari: olinda (maria caroline), surindah (ka yusra), bg iwanto, bg unya, ka mona mereka lah yang bakal nanti jadi senior serta teman yang bakal wisuda bersama terima kasih yaa senior kece ku. Dan teraakhir untuk teman-teman mph bp 14, terima kasih atas bantuan serta kerjasama dan kebersamaan kita selama ini mudah-mudahan kita sama-sama sukses nantinya.....amiiinn.

Untuk bintang squad ku ada cucan, icha, ikit makasih buat dukungan kalian semua buat abang serta kakak aku yang selama dibintan bang prandiz, ka yulida sihotang makasih buat nasehat2 yang kalian berikan buat feby. Untuk icha dan ikit semoga kalian bisa kejar wisuda untuk bulan desember yaa dan bakal ngelamar kerja lagi di bintang (club med bintang) I wish.....

Untuk adik-adik kos aku yang tiap hari datang ke kamar untuk memberikan support buat ku teruntuk tita makasih udah mau pinjamin laptop nya beberapa bulan buat bikin proposal skripsi ini, hilda, cinggu dina, ria, lika, icha, dinung serta bella

Ya Allah, jadikanlah iman, dan amal ku sebagai lentera jalan hidupku keluarga dan saudara seimanku

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS BRAND TRUST PADA PREMIER BASKO HOTEL

Nama : Feby Yulia Sari Amalia
Nim/BP : 14135072/2014
Prodi : D4 Manajemen Perhotelan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 13 Agustus 2018

Disetujui Oleh

Pembimbing



Hijriyantomi Suyuthie, S.IP.,MM
Nip. 19780903 201012 1001

Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan



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

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 : Analisis *Brand Trust* Pada Premier Basko Hotel
Nama : Feby Yulia Sari Amalia
Nim/BP : 14135072/2014
Prodi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 13 Agustus 2018

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Hijriyantomi Suyuthie, S.IP., MM	1. 
Anggota	: H. Trisna Putra, SS, M.Sc	2. 
	Nidia Wulansari, SE, MM	3. 

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Yulia Sari Amalia

Nim/BP : 14135072/2014

Jurusan : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

“Analisis *Brand Trust* Pada Premier Basko Hotel” 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 akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik dari institusi Universitas Negeri Padang maupun di Masyarakat Negara.

Demikianlah surat 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,

Feby Yulia Sari Amalia
Nim. 14135072/ 2014

ABSTRAK

Feby Yulia Sari Amalia,, NIM: 14135072. *Analisis Brand Trust Pada Premier Basko Hotel Padang*. Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata & Perhotelan Universitas Negeri Padang. Pembimbing : Hijriyantomi Suyuthie, S.IP.,MM

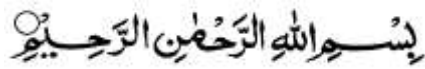
Penelitian ini berawal dari hasil observasi pra penelitian yang dilakukan peneliti dengan cara melihat berbagai macam komentar tamu di *Online Travel Agent*, peneliti menemukan adanya masalah mengenai adanya pelayanan di hotel sangat mengecewakan dikarenakan orderan hotel di online tidak sesuai dengan kenyataan, adanya tamu yang mengeluh karena harga kamar tidak sesuai dengan fasilitasnya, terdapat juga *complaint* parkir susah, kamar hotel yang kotor serta fasilitas kolam renang yang tidak bias digunakan karena pompa yang rusak serta makanan nya setara dengan hotel berbintang (**), terdapat juga tamu yang memberikan *complaint* bahwa pelayanan di hotel Basko lambat, fasilitas parkir yang sangat sempit serta kamar yang berbau apek, banyak nya tamu sudah memberikan *complaint* akan tetapi tidak direspon oleh pihak hotel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *brand trust* pada Premier Basko Hotel Padang.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Jumlah sampel ini berjumlah 97 orang yang diambil dengan menggunakan pengambilan sampel insidental. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan komunikasi tidak langsung melalui kuesioner (angket) dengan menggunakan skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis menggunakan bantuan Program Komputer SPSS versi 16.00.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut: (1) Variabel *brand trust* bias dikategorikan sangat baik sebesar 59,8 % dan 23,71 % dikatakan baik. (2) Indikator *brand trust viability* sebanyak 58,77 % dikategorikan sangat baik, 25,78 % kategori baik, namun sebanyak 8,24 % dikategorikan dalam kategori cukup baik. (3) Indikator *intentionality* sebanyak 59 % dikategorikan sangat baik, 25 % dikategorikan baik, 12 % masih dikategorikan dalam cukup baik, dan 3 % pada kategori buruk. Maka *brand trust* pada premier Basko Hotel Padang masih dikategorikan sangat baik, namun masih memerlukan perhatian dari pihak manajemen

Kata Kunci : *Brand Trust*

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Brand Trust Pada Premier Basko Hotel**”. Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pariwisata sekaligus Ketua Prodi Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata Perhotelan.
3. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM, selaku Pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM, selaku Penasehat Akademik yang telah membina penulis selama menduduki bangku perkuliahan.
5. Bapak H. Trisna Putra, SS, M. Sc, Ibu Nidia Wulansari, SE,MM selaku tim penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata Perhotelan Universitas Negeri Padang.

7. Pihak Premier Basko Hotel Padang yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua dan Saudara sekeluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya selama ini.
9. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Manajemen Perhotelan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
10. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari dalam penulisan penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penelitian ini.

Akhirnya, penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2018

Penulis

Feby Yulia Sari Amalia

Nim. 14135072

DAFTAR ISI

Daftar isi	i
Daftar Tabel	iii
Daftar Gambar.....	iv
Daftar Lampiran	v

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori.....	11
1. Pengertian brand	11
2. Pengertian Brand Trust.....	13
3. Indikator Brand Trust	16
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Trust.....	17
B. Kerangka Konseptual	20
C. Pertanyaan Penelitian	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	22
B. Waktu Dan Tempat	22
C. Variable Penelitian	22
D. Defenisi Operasional	23
E. Populasi Dan Sample	24
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	26
G. Intrumen Penelitian	27
H. Uji Coba Instrumen	29
I. Teknik Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden	33
1. Karakteristik Responden.....	33
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
B. Analisis Deskriptif Data Brand Trust Di Premier Basko Hotel Padang ...	35
C. Pembahasan	42

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA	47
----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tingkat Hunian Kamar Basko Premier Hotel	24
2. Pilihan Jawaban Skala Likert	28
3. Kisi-Kisi Operasional Variabel Penelitian	28
4. Hasil Analisis Validitas	30
5. Interpretasi Nilai r (<i>Alpha Cronbach</i>).....	31
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
7. Karakteristik Berdasarkan Umur.....	34
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
9. Analisis Deskriptif Data Brand Trust Di Premier Basko Hotel Padang ...	35
10. Hasil Deskripsi Data Variabel <i>Brand Trust</i>	36
11. Data Hasil Perhitungan Statistik <i>Brand Trust</i> Pada Indikator <i>Viability</i> Pada Premier Basko Hotel	37
12. Hasil Deskripsi Data Variabel <i>Brand Trust</i> Indikator <i>Viability</i>	39
13. Data Hasil Perhitungan Statistik	40
14. Hasil Deskripsi data Variabel.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Review Konsumen 1	5
2. Review Konsumen 2	5
3. Review Konsumen 3	6
4. Review Konsumen 4	6
5. Kerangka Konseptual	21
6. Histogram Kurva Normal Sebaran Variabel Analisis <i>Brand Trust</i> Pada Premier Basko Hotel	36
7. Histogram Kurva Normal Sebaran Indikator <i>Viability</i>	38
8. Histogram Kurva Normal Sebaran Indikator <i>Intentionality</i> Dalam Variabel Analisis <i>Brand Trust</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Tanda Tangan Pembimbing Akademik	49
2. Surat Tanda Tangan Ketua Jurusan	50
3. Surat Izin Penelitian	51
4. Surat Balasan Dari Hotel	52
5. Kuesioner Penelitian	53
6. Klasifikasi Skor	57
7. Hasil Uji Coba Instrumen	62
8. Tabulasi Data	66

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Padang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat yang memiliki banyak tempat wisata dan merupakan pusat pemerintahan dan perekonomian. Perkembangan dunia pariwisata di kota Padang harus di ikuti dengan sektor penunjang pariwisata itu sendiri, salah satunya industri perhotelan. Wisatawan yang akan berkunjung disuatu tempat tentu saja membutuhkan yang namanya akomodasi atau penginapan salah satunya hotel, hal ini diperkuat dengan pengertian hotel menurut Rumeckso (2001:2) “Hotel adalah bentuk bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan dan dikelola secara professional”.

Hotel sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan tidak hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi juga menyediakan fasilitas pendukung dan tentu juga pelayanan yang berkualitas kepada tamu. Fasilitas adalah segala hal yang merupakan sarana pokok penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk digunakan, dimanfaatkan, serta dinikmati oleh tamu selama tamu tinggal dihotel seperti: *swimming pool, restaurant, coffee shop, gym*, dan penyewaan *ballroom* dengan fasilitas penunjang lain berupa *banquet*, kursi dan lainnya untuk berbagai kegiatan seperti pesta, pertemuan maupun pelatihan. Tidak hanya fasilitas saja yang mendukung berdirinya perusahaan tersebut akan tetapi ada beberapa faktor

pendukung jalanya perusahaan ialah promosi. Promosi memiliki arti yaitu memasarkan, atau mempromosikan sebuah produk atau jasa kepada konsumen. Kegiatan penjualan produk maupun jasa ialah tanggung jawab seorang yang berada pada profesi sales marketing disebuah perusahaan, hal yang wajib ada bagi seorang sales ialah kemampuan berbahasa santun dan berperilaku sopan sebab, mereka yang berinteraksi aktif secara langsung dengan pelanggan.

Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:5) adalah sebagai berikut *“Marketing is a social process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others”*.

Pihak hotel dalam menjalankan bisnis nya tentu saja mengenalkan merek ke masyarakat agar masyarakat mengetahui nama dari merek hotel tersebut, salah satu hal penting yang membedakan sebuah produk atau jasa dengan para pesaing adalah Merek. Merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing dan merek merupakan nilai tangible dan intangible yang terwakili dalam sebuah merek dagang (*trademark*) yang mampu menciptakan nilai dan pengaruh tersendiri dipasar bila dikelola dengan tepat. (Durianto, Sugiarto & Budiman 2004:2).

Menurut Ellena Delgado Ballester (2005 dalam Faith Getcil & Hayrettin Zengin 2013), *Brand Trust* (kepercayaan merek) adalah perasaan aman yang dimiliki konsumen akibat dari interaksinya dengan sebuah merek, yang

berdasarkan persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dengan bertanggung jawab atas kepentingan dan keselamatan dari konsumen.

Jika tamu merasa puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak hotel maka ada kemungkinan besar tamu tersebut akan menginap secara terus menerus. Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat setiap perusahaan harus bisa bertahan hidup dan terus berkembang. Perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan akan suatu barang atau jasa tersebut secara terus menerus. Istilah loyalitas pelanggan sebenarnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Merek akan mempunyai reputasi jika memiliki kualitas. Loyalitas pelanggan terhadap merek produk merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat persaingan yang sangat ketat dengan pertumbuhan yang rendah.

Melihat pesatnya pertumbuhan industri perhotelan di kota Padang, mulai banyak hotel didirikan di kota padang untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap barang dan jasa yang disediakan suatu hotel, salah satu hotel yang ada di kota Padang adalah Premier Basko Hotel. Menurut Al Bataafi (2006:11) “Berdasarkan fasilitas dan pernyataanya, hotel dapat digolongkan menjadi lima tingkatan yaitu, hotel bintang satu (*), hotel bintang dua (**), hotel bintang tiga (***), hotel bintang empat (****), dan hotel bintang lima (*****).

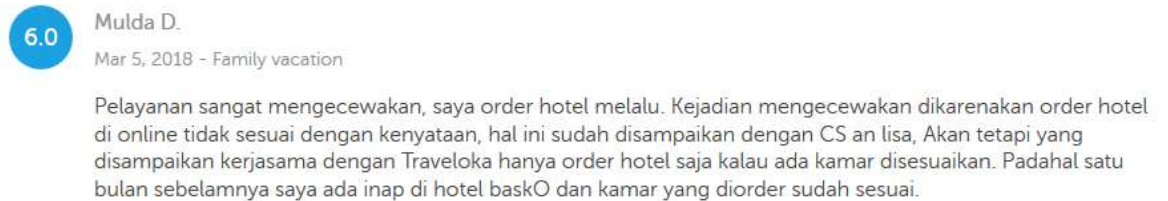
Hotel basko merupakan salah satu hotel berbintang empat (****) berlokasi di Jl. Prof. Dr Hamka No 2A Padang, Basko adalah *Brand* yang cukup

ternama di kota Padang. Akan tetapi dengan berbagai macam muncul nya hotel-hotel yang ada di Padang semakin banyak merek-merek pesaing bermunculan yang siap mengeser pangsa pasar dunia industri perhotelan. Perusahaan tentu mengharapkan produk yang diberikan mampu membuat konsumen untuk percaya kepada produk tersebut sehingga muncul kepercayaan terhadap merek atau *trust in a brand* yang terdiri dari *brand characteristic*, *company characteristic*, dan *consumer-brand characteristic* serta mampu menciptakan kesetiaan terhadap merek atau *brand loyalty*. Oleh karena itu sangat diperlukannya suatu strategi pemasaran yang kompetitif dalam usaha untuk merebut dan meraih pangsa pasar yang cukup besar. Secara rinci faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya kepercayaan adalah reputasi hotel itu sendiri, besar atau kecilnya hotel, saling menyenangkan, baik antara pelanggan dengan hotel maupun antara pelanggan dengan karyawan hotel tersebut. Kepercayaan merek diyakini berperan dalam pembentukan persepsi pelanggan dalam hubungan mereka dengan perusahaan jasa. Dengan demikian kepercayaan merek pada hotel dalam sektor jasa sangat ditentukan oleh persepsi kredibilitas dan reputasi hotel, reputasi dan kredibilitas hotel merupakan manifest dari citra hotel tersebut.

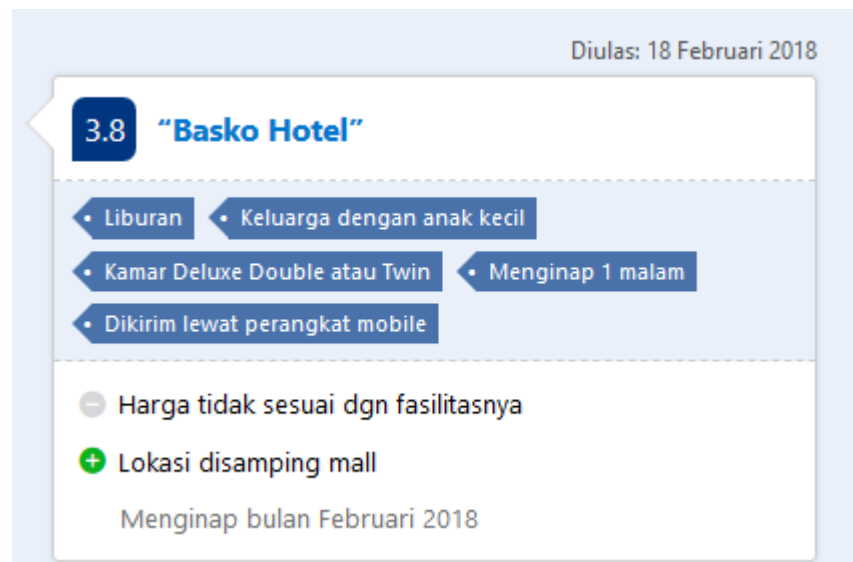
Berdasarkan dari komentar tamu tentang ketidaksesuaian terhadap pelayanan yang dilakukan oleh pihak hotel yang penulis temui di *website traveloka* terdapat beberapa masalah atau complain diantaranya:

Gambar 1. Review Konsumen 1

Sumber: www.traveloka.com , diakses tgl 28-Maret-2018



Gambar di atas menunjukkan ulasan pengalaman tamu yang telah menginap di Basko Hotel Padang. Dari pengalamannya, tamu tersebut mengatakan bahwa pelayanan di hotel itu sangat mengecewakan dikarenakan orderan hotel di online tidak sesuai dengan kenyataan.



Gambar 2. Review Konsumen 2

Sumber: www.booking.com ,diakses tgl 28-Maret-2018

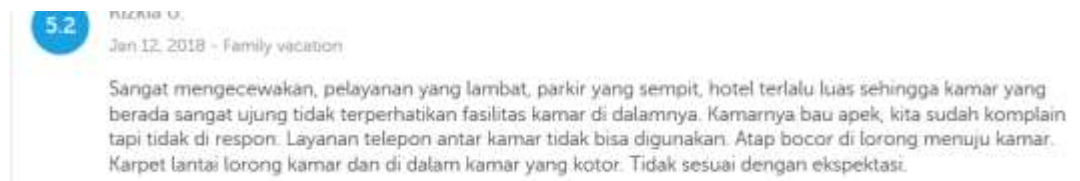
Dari ulasan pengalaman tamu diatas tamu memberikan komentar bahwa harga dari kamar tersebut tidak sesuai dengan fasilitasnya. Kelebihan nya hanya ada mall disamping Hotel tersebut.



Gambar 3. Review Konsumen 3.

Sumber: www.traveloka.com diakses pada tgl 29-Maret-2018

Dari ulasan pengalaman tamu diatas bahwa tamu *complaint* parkir susah, kamar hotel kotor padahal tamu tersebut memesan kamar dengan tipe *studio suite room*, kolam renang tidak bisa digunakan karena pompa rusak, makanan nya setara dengan hotel berbintang 2.



Gambar 4. Review Konsumen 4

Sumber: www.traveloka.com diakses tgl 29-Maret-2018

Dari ulasan tamu yang menginap pada tanggal 12-Februari-2018 tamu tersebut *complaint* pelayanan di Hotel Basko lambat, fasilitas parkir nya sempit, hotel yang terlalu luas sehingga tidak diperhatikan fasilitas yang ada didalamnya, kamar yang berbau apek, tamu tersebut sudah memberikan complaint akan tetapi tidak di

respon oleh pihak hotel, layanan telfon antar kamar tidak bisa digunakan, atap yang bocor, karpet lantai lorong kamar yang kotor, sehingga tidak sesuai dengan ekspetasi tamu.

Dari beberapa masalah yang telah di deskripsikan di atas dapat dilihat betapa pentingnya arti kepercayaan merek bagi sebuah hotel. Apabila kepercayaan merek tidak sesuai dengan ekspetasi tamu maka tamu akan merasa kecewa dan tidak akan kembali lagi dihotel tersebut. Dari latar belakang diatas penulis tertarik meneliti tentang seberapa signifikan pengaruh *brand trust tamu menginap pada* Premier Basko Hotel, sehingga dapat diketahui faktor yang mana saja yang memberikan dampak negative maupun positif terhadap *brand trust* .

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis ingin mengadakan penelitian dengan judul: **“ANALISIS BRAND TRUST PADA PREMIER BASKO HOTEL “**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Tamu complain pelayanan di hotel Basko sangat mengecewakan dikarenakan orderan tidak sesuai.
2. Tamu complain bahwa harga tidak sesuai dengan fasilitasnya.

3. Tamu complain bahwa fasilitas parkirannya sempit/ susah, dan juga fasilitas kolam renang di hotel tidak dapat digunakan sebab pompa rusak, makanan nya setara dengan hotel berbintang 2.
4. Tamu complain pelayanan di Hotel Basko lambat, kamar yang terlalu luas sehingga tidak di perhatikan *mobile* prabot yang ada di dalamnya, kamar yang pernah tamu tempati tersebut berbau apek, tamu sudah memberikan complain akan tetapi keluhan tersebut tidak direspon oleh pihak hotel, layanan telfon antar kamar tidak bisa digunakan, atap kamar tamu ini mengalami bocor, karpet lantai kamar yang kotor, sehingga semuanya tidak sesuai dengan ekspetasi tamu.

C. Batasan Masalah

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

1. Analisis Brand trust

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *brand trust* yang terdapat di Premier Basko Hotel?
2. Seberapa besarkah *brand trust* dari tamu yang menginap di Premier Basko Hotel?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis *brand trust* tamu Premier Basko Hotel

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan tentang *brand trust* di Premier Basko Hotel.
- b. Menganalisis pengaruh *brand trust* pada Premier Basko Hotel

F. Manfaat Penelitian

1. Pihak Hotel

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan guna meningkatkan *brand trust* tamu menginap di Premier Basko Hotel, serta sebagai tambahan informasi atau menjadi masukan bagi pihak hotel untuk melakukan perbaikan-perbaikan yang pada akhirnya bisa menarik konsumen yang lebih banyak.

2. Jurusan pariwisata

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi pembelajaran bagi Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

3. 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.

4. Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya serta untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.