

ABSTRAK

Industri perhotelan merupakan salah satu industri yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Kota Bandung saat ini merupakan daerah di Jawa Barat yang memiliki cukup banyak perusahaan perhotelan. Salah satu perusahaan perhotelan yang ada di kota Bandung yaitu Hotel Grand Asrilia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisa pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Grand Asrilia kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Faktor yang diuji yaitu Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Perusahaan sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dari populasi yang tidak terhingga. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik pernah berkunjung ke hotel Grand Asrilia minimal satu kali. Analisis data yang digunakan diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hotel Grand Asrilia Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Abstract – The hospitality industry is one of the most significant contributions in the economy. Bandung city is one of the areas in West Java that has quite a lot of hospitality companies. One of the hospitality companies in Bandung is Hotel Grand Asrilia. This research purposes to find out how analysis service quality, promotion and corporate image influence customer satisfaction at the Grand Asrilia hotel Bandung. This research implemented a quantitative approach. The factors tested were service quality, promotion and corporate image as independent variable while for the dependent variable, is customer satisfaction. Descriptive and verification methods are the methods used in this research. In this research, the sample used was 100 respondents from an unlimited population. Sampling used a purposive sampling technique with the characteristics of having visited the Grand Asrilia hotel at least once. Data analysis used includes validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with a significance level of 5%. Service quality has a significant influence on customer statisfaction. The results of the study show that service quality, promotion and corporate image have a significant influence on customer statisfaction Grand Asrilia hotel Bandung.

Keywords – Service Quality, Promotion, Corporate Image, Customer Statisfaction