PENGARUH CITRA MEREK, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SEKTOR PERHOTELAN DI TAIWAN

Oleh :

Ghina Indriani

NPM.8412122021

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Uji Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis



UNIVERSITAS INSAN CENDEKIA MANDIRI

BANDUNG

TAHUN 2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SEKTOR PERHOTELAN DI TAIWAN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menempuh Uji Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disusun oleh:

Nama : Ghina Indriani

NPM : 8412122021

Skripsi ini Disetujui

Tanggal 23 Oktober 2024

Oleh:

Dosen Pembimbing

Indriana Damaianti, S.E.,M.AK,Ph.D

NIDN.0405069203

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Manajemen

Risna Haryati, S.E., M.M.

NIP : 0426017502

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SEKTOR PERHOTELAN DI TAIWAN

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh uji sarjana ekonomi program studi manajemen pada fakultas ekonomi dan Bisnis

Disusun oleh:

Nama: Ghina Indriani

NPM: 8412122021

Skripsi ini

Disetujui Tanggal

23 Oktober 2024

Oleh:

Dosen Pembimbing

Indriana Damaianti, S.E.,M.AK,Ph.D

NIDN.0405069203

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi

Indriana Damaianti, S.E.,M.AK,Ph.D

NIDN.0405069203

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Risna Hriyati, S.E.,M.M

NIDN.0426017

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghina Indriani

Tempat Tanggal Lahir : Bandung, 24 Desember 2002

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi :

Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sektor Perhotelan di Taiwan

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Insan Cendekia Mandiri.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Bandung, 31 Agustus 2026

Ghina Indriani

FORMULIR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Lampiran 5 Keputusan Rektor UICM Nomor: UICM.43.01.2026

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghina Indriani
NIM : 8412122021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang Studi (D-III/S-1) : S1

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/Tugas Akhir yang berjudul:

"**Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas**

Pelanggan Pada Sektor Perhotelan di Taiwan."

1. merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat, penjiplakan, atau perjokian dari karya pihak lain, baik sebagian maupun keseluruhan;
2. tidak memuat pemalsuan data penelitian, dokumen akademik, maupun tanda tangan dosen pembimbing/penguji;
3. telah melalui pemeriksaan similarity dengan hasil tingkat kemiripan tidak melebihi 25% (dua puluh lima persen) sebagaimana dibuktikan dengan laporan hasil pemeriksaan (full report) terlampir;
4. penggunaan Kecerdasan Buatan Generatif (AI Generatif), apabila ada, dilakukan secara etis dan transparan, terbatas pada fungsi bantu (penyuntingan bahasa, pencarian referensi awal, atau visualisasi data), dan tidak menggantikan proses analisis, argumentasi, serta kesimpulan ilmiah yang menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis;
5. apabila di kemudian hari terbukti terdapat pelanggaran atas pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan Petunjuk Pelaksanaan Sidang Skripsi dan Tugas Akhir Universitas Insan Cendekia Mandiri dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk pembatalan nilai sidang dan/atau pencabutan gelar akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 11 September 2026
Yang membuat pernyataan,

Ghina Indriani
8412122021

ABSTRAK

Sektor perhotelan Taiwan menghadapi tekanan kompetitif yang semakin intensif pasca pandemi, ditandai oleh penurunan tingkat hunian, pergeseran preferensi wisatawan menuju pengalaman yang lebih personal dan imersif, serta krisis tenaga kerja. Dalam konteks tersebut, loyalitas pelanggan menjadi aset strategis yang krusial bagi keberlangsungan bisnis perhotelan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, pengalaman pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada sektor perhotelan di Taiwan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 95 responden yang merupakan pelanggan yang pernah menginap di hotel bintang 3 – 5 di Taiwan dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan Skala Likert dan diolah menggunakan SPSS versi 31. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, pengalaman pelanggan, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga faktor tersebut juga secara bersama-sama memberikan dampak besar terhadap loyalitas pelanggan, dengan kualitas layanan sebagai faktor yang paling berpengaruh. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan hotel dalam memberikan pengalaman dan layanan yang konsisten serta memenuhi harapan pelanggan turut memengaruhi loyalitas pelanggan di sektor perhotelan, di samping kekuatan merek itu sendiri. Penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang pemasaran jasa dan perhotelan dengan menempatkan citra merek, pengalaman pelanggan, dan kualitas layanan sebagai elemen yang saling melengkapi dalam mendorong loyalitas, serta menekankan pentingnya bagi manajemen hotel untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan sebagai strategi retensi pelanggan.

Kata kunci: Industri Perhotelan Taiwan; Citra Merek; Pengalaman Pelanggan; Kualitas Layanan; Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Taiwan's hotel sector faces intensifying post-pandemic competitive pressures, characterized by declining occupancy rates, a shift in traveler preferences toward more personalized and immersive experiences, and a labor crisis. In this context, customer loyalty has become a crucial strategic asset for the sustainability of hotel businesses. This study aims to examine the influence of brand image, customer experience, and service quality on customer loyalty within Taiwan's hotel sector, analyzing these factors both individually and simultaneously. A quantitative research approach was employed. The sample consisted of 95 respondents customers who had stayed at 3 to 5 star hotels in Taiwan selected using purposive sampling. Data were collected via Likert-scale questionnaires and processed using SPSS version 31. Analysis involved multiple linear regression and hypothesis testing to determine correlations between the research variables. The results indicate that brand image, customer experience, and service quality all exert a positive and significant influence on customer loyalty. Collectively, these three factors also have a substantial impact on customer loyalty, with service quality emerging as the most influential factor. These findings demonstrate that a hotel's ability to deliver consistent experiences and services while meeting customer expectations alongside the strength of the brand itself shapes customer loyalty in the hospitality sector. This study contributes to the fields of services marketing and hospitality management by positioning brand image, customer experience, and service quality as complementary elements that drive loyalty, while emphasizing the importance for hotel management to prioritize service quality improvements as a customer retention strategy.

Keywords: *Taiwan Hotel Industry; Brand Image; Customer Experience; Service Quality; Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sektor Perhotelan di Taiwan."** ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, doa, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Asep Najmudin, M. P, selaku Rektor Universitas Insan Cendekia Mandiri yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuntut ilmu di universitas ini.
2. Ibu Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri yang telah memberikan izin dan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
3. Ibu Risna Haryati, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah banyak memberikan arahan dan dukungan administratif selama masa perkuliahan penulis.
4. Seluruh Staf Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri, khususnya staf program studi Manajemen yang telah membantu memperlancar seluruh urusan administrasi dan akademik penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Taofik Hidayat dan Ibu Imas Suarsih, yang senantiasa menjadi pilar kekuatan utama penulis. Terima kasih atas doa

yang tiada henti, curahan kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan moral maupun material yang luar biasa.

6. Pasangan saya, Bisma Jendrasyah terima kasih banyak atas segala dukungan, waktu, dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Bantuan dan semangat yang di berikan sangat berarti dalam membantu penulis melewati setiap tantangan.
7. Keluarga besar, yang selalu memberikan perhatian, doa, dan motivasi kepada penulis sepanjang perjalanan akademis hingga tahap akhir ini.
8. Rekan - rekan kerja Hotel Fresfiels Taiwan Kucluk, yang telah memberikan keceriaan, bantuan, serta dorongan positif yang membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan - rekan mahasiswa angkatan 2022 dan sahabat-sahabat penulis, yang selalu memberikan dukungan emosional, tempat bertukar pikiran, dan berjuang bersama-sama melewati dinamika perkuliahan.
10. Seluruh responden penelitian, yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga data penelitian ini dapat terpenuhi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, 08 September 2026

Penulis

Ghina Indriani

8412122021

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI i

LEMBAR PENGESAHAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii

FORMULIR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA iii

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Batasan Masalah 6

1.3 Rumusan masalah 6

1.4 Tujuan Penelitian 7

1.5 Manfaat Penelitian 7

BAB II 9

TINJAUAN PUSTAKA 9

2.1 Landasan Teori 9

2.1.1 Loyalitas pelanggan 9

2.1.2 Citra Merek 11

2.1.3 Pengalaman Pelanggan 13

2.1.4 Kualitas Pelayanan 14

2.2 Penelitian terdahulu 17
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 20
2.3.1 Kerangka Pemikiran 21
2.3.2 Hipotesis 23
BAB III 24
METODE PENELITIAN 24
3.1 Objek Penelitian 24
3.2 Unit Analisis 24
3.3 Populasi dan Teknik Sampling 24
3.3.1 Populasi 24
3.3.2 Sampel 25
3.3.3 Teknik Sampling 26
3.4 Jenis dan Sumber Data 27
3.4.1 Jenis Data 27
3.4.2 Sumber Data 27
3.5 Teknik Pengumpulan Data 27
3.5.1 Kuesioner (Angket) 28
3.6 Operasionalisasi Data 29
3.7 Metode Analisis 34
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif 34
3.7.2 Uji Instrumen 34
2. Uji Reliabilitas 34
3.7.3 Uji Asumsi Klasik 35
1. Uji Normalitas 35
2. Uji Multikolinearitas 35
3. Uji Heteroskedastisitas 35
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda 35
3.7.5 Uji Hipotesis 36
1. Uji t (Parsial) 36
2. Uji F (Simultan) 36
3. Koefisien Determinasi (R^2) 36
BAB IV 38

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 38
4.2 Karakteristik Responden 40
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden 41
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 42
4.3 Analisis Statistik Deskriptif 43
4.4 Uji Instrumen Penelitian 44
4.4.1 Uji Validitas 44
4.4.2 Uji Reliabilitas 49
4.5 Uji Asumsi Klasik 52
4.5.1 Uji Normalitas 52
4.5.2 Uji Multikolinearitas 53
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas 54
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda 55
4.7 Uji Hipotesis 56
4.7.1 Uji t (Parsial) 56
4.7.2 Uji F (Simultan) 57
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi 57
4.8 Pembahasan 58
4.8.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan 58
4.8.2 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan 58
4.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan 59
4.8.4 Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan 60
BAB V 62
KESIMPULAN DAN SARAN 62
5.1 Kesimpulan 62
5.2 Saran 65
5.2.1 Saran bagi Pihak Manajemen Hotel di Taiwan 65
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya 69
DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN 76
KUISIONER PENELITIAN 76
Bagan I: Identitas Responden 78
Bagan II: Petunjuk Pengisian 79
Bagan III: Kuisioner 79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Tingkat Hunian Hotel di Taiwan 2
Tabel 1. 2 Perubahan Harga Kamar Rata Rata 2
Tabel 2. 1 peneltian terdahulu 17
Tabel 3. 1 Skala Liket 28
Tabel 3. 2 Operasional Variabel 31
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden 41
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 23
Gambar 4. 1 Bendera Taiwan 38
Gambar 4. 2 Analisis Deskriptif 43
Gambar 4. 3 Uji Validitas Variabel Citra Merek 45
Gambar 4. 4 Uji Validitas Variabel Pengalaman Pelanggan (20%) 47
Gambar 4. 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) 48
Gambar 4. 6 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 49
Gambar 4. 7 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1) 50
Gambar 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel Pengalaman Pelanggan (X2) 50
Gambar 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) 51
Gambar 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 52
Gambar 4. 11 Uji Normalitas 53
Gambar 4. 12 Uji Multikolinearitas 54
Gambar 4. 13 Uji Heteroskedastisitas 54
Gambar 4. 14 Uji Analisis Regresi Linear Berganda 55
Gambar 4. 15 Uji t (Parsial) 56
Gambar 4. 16 Uji f (Simultan) 57
Gambar 4. 17 Uji Koefisien Determinasi 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuisioner 76
Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden 83
Lampiran 3 : Output Hasil Olahan Data SPSS Versi 31 85
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi 92
Lampiran 5. Hasil Plagiasi 96