

Analisis pengaruh servicescape terhadap revisiting Intention dan word of mouth pada hotel butik berkonsep Islam: studi kasus pada Hotel Noor Bandung = Analysis of the effects of servicescape on revisiting intention and word of mouth on Islamic concept boutique hotels: case study at Hotel Noor Bandung

Januar Akhmad Ibrahim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20485205&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari servicescape terhadap persepsi image dari pada konsumen yang nantinya akan mempengaruhi revisiting intention dan word of mouth konsumen (dalam hal ini tamu hotel) pada hotel butik berkonsep islami.

Hipotesis yang dianalisis dalam penelitian ini adalah pengaruh faktor faktor servicescape seperti substantive stage of servicescape dan communicative stage of servicescape yang mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi image, kemudian persepsi image itu mempunyai pengaruh yang positif terhadap revisiting intention dan word of mouth.

Desain penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah konklusif deskriptif dengan metode pengumpulan datanya melalui survey langsung dan penyebaran kuisisioner kepada tamu atau pengguna dari hotel ini. Metode sampling yang digunakan adalah non probability sampling (convenience sampling).

Objek penelitian ini adalah tamu hotel butik berkonsep islam yang dalam hal ini unit analisisnya yaitu Hotel Butik Noor Bandung yang pernah menginap minimal sekali di dalam Hotel Butik Noor Bandung.

Hasil penelitian di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variable yang diuji mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan.

.....This study discusses the influence of servicescape on the perception of images of consumers who will later influence revisiting intention and consumer word of mouth (in this case hotel guests) in a boutique hotel with an Islamic concept.

The hypothesis analyzed in this study is the influence of servicescape factors such as substantive stage of servicescape and communicative stage of servicescape that have a positive influence on image perception, then the image perception has a positive influence on revisiting intention and word of mouth.

The research design used in this study is conclusively descriptive with the method of collecting data through direct surveys and questionnaires to guests or users of this hotel. The sampling method used is non probability sampling (convenience sampling).

The object of this research is guests of a boutique hotel with the concept of Islam which in this case the unit of analysis is Boutique Hotel Noor Bandung, which once stayed at least once in the Noor Boutique Hotel Bandung.

The results of the research in this study indicate that all tested variables have a positive and significant effect.