

The effect business innovation on customer-based brand equity in service firms. An empirical study in Indonesia star hotels = Pengaruh inovasi bisnis pada ekuitas merek berbasis pelanggan di perusahaan jasa. Sebuah studi empiris kepada hotel berbintang di Indonesia

Kris Harsandi Sahata Wicaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474847&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRACT

As a nation that have many beautiful holiday destinations, Tourism has made Indonesia popular for years. Star hotels as one of the tourism backbone has taken part as important component along tourist stays in the area. On this research star hotels in Indonesia are analyzed based on Business Innovation, Brand Image, Perceived Quality, and Brand Loyalty. This research limited to respondents that lives in JABODETABEK area. Results show positive relationships between variables meaning that Business innovation able to shape customer based brand equity in positive terms.

ABSTRAK

Sebagai sebuah negara yang memiliki destinasi liburan yang indah, pariwisata telah membuat Indonesia menjadi populer beberapa tahun ini. Hotel berbintang sebagai salah satu tulang punggung pariwisata di Indonesia juga turut ambil bagian dalam komponen penting dalam menunjang liburan turis di suatu area. Dalam penelitian ini, hotel berbintang di Indonesia akan dianalisa berdasarkan Business Innovation, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Loyalty. Penelitian ini terbatas hanya untuk responden yang tinggal di area JABODETABEK. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang berarti Business Innovation mampu membentuk customer based brand equity dalam istilah positif.