

ABSTRAK

Berkat Febriani Halawa 2025. *Pengaruh Rebranding Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)*. Skripsi, Bapak Pembimbing Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Rebranding Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli berpengaruh secara optimal terhadap peningkatan daya saing, serta sejauh mana pengaruh tersebut dalam menghadapi persaingan industri perhotelan yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 35 responden yang terdiri dari pegawai dan pelanggan Hotel Kaliki. Data dikumpulkan melalui angket dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rebranding berpengaruh positif terhadap daya saing Hotel Kaliki. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh Rebranding terhadap daya saing sebesar 56,6%, yang berarti daya saing hotel dipengaruhi oleh strategi Rebranding yang diterapkan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Rebranding yang mencakup perbaikan identitas, pelayanan, dan pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing Hotel Kaliki secara signifikan di tengah persaingan industri perhotelan.

Kata Kunci: Rebranding, Daya Saing

ABSTRACT

Berkat Febriani Halawa, 2025. *The Influence Rebranding on Competitiveness in the Hospitality Industry (Case Study at Hotel Kaliki, Gunungsitoli City)*. Undergraduate Thesis, Mentor Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

This study aims to determine whether the rebranding of Hotel Kaliki in Gunungsitoli City has an optimal influence on enhancing competitiveness and to what extent this strategy affects the hotel's ability to compete in the increasingly competitive hospitality industry. This quantitative research involved 35 respondents consisting of hotel employees and customers. Data were collected using questionnaires and analyzed through validity and reliability tests, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression, and hypothesis testing using SPSS version 25.

The results indicate that rebranding has a positive and significant impact on the competitiveness of Hotel Kaliki. The coefficient of determination test shows that rebranding contributes 56.6% to the hotel's competitiveness, meaning that more than half of the competitiveness level is influenced by the applied rebranding strategy. The study concludes that rebranding, which includes improvements in brand identity, service quality, and digital marketing, significantly enhances Hotel Kaliki's competitiveness within the hospitality industry.

Keywords: Rebranding, Competitiveness