

Lampiran 1:

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir skripsi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Nias, saya:

Nama : BERKAT FEBRIANI HALAWA

NIM : 2318049

Prodi : S1 Manajemen

Dengan hal ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Rebranding* terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan : (Studi kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)”**. Di tengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/i, saya memohon untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai petunjuk yang telah tersedia. Semua informasi yang anda berikan akan saya jaga kerahasiaannya dan hanya akan saya gunakan untuk kepentingan akademis. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pendidikan :

Petunjuk pengisian :

- 1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
- 2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- 3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
- 4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: <i>Brand Repositioning</i>					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.				
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.				
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.				
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.				
Indikator 2: <i>Brand Redesigning</i>					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas				

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.				
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.				
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform Online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.				
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>Online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .				
10.	Dengan strategi pemasaran <i>Online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.				
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.				
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.				
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.				
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.				
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.				
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.				
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.				
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup				

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.				
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.				

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : SADAMINA LAOLI
 Jenis Kelamin : PEREMPUAN
 Usia : 58 Tahun
 Pendidikan : SMA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: <i>Brand Repositioning</i>					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.	✓			
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: <i>Brand Redesigning</i>					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Anugerah Pratama Zebua
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Usia : 35 Tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.		✓		
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.		✓		
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓	✓	
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓	✓		
20	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓	✓	

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Kristina Hulu
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 29 Tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.			✓	
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.			✓	
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.			✓	

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Agnes Lombur
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 32 Tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: <i>Brand Repositioning</i>					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: <i>Brand Redesigning</i>					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.		✓		
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.			✓	
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.			✓	
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.			✓	

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Linda zai
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 28 Tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.		✓		
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.		✓		
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Rinto Nazara
 Jenis Kelamin : Laki - laki
 Usia : 25 Tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: <i>Brand Repositioning</i>					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: <i>Brand Redesigning</i>					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti <i>Traveloka</i> dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Lusi Waruwu
 Jenis Kelamin : perempuan
 Usia : 27 Tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.			✓	
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Yohana Zega
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 25 Tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.			✓	
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Petrus Laou
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Usia : 29 Tahun
 Pendidikan : Sl

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas				

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i>	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Vivih Cahyani Laoli
 Jenis Kelamin : perempuan
 Usia : 26 Tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.			✓	
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.			✓	

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Meylan Hulu
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 26 tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.		✓		
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			

Indikator 3: Brand Relaunching

8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			

Indikator 1: Keunikan Produk

11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			

Indikator 2: Kualitas Produk

15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.			✓	
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		

Indikator 3: Harga Bersaing

18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			
-----	---	---	--	--	--

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.			✓	

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Han Gello
 Jenis Kelamin : laki - laki
 Usia : 29 Tahun
 Pendidikan : SI

Petunjuk pengisian :

- Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
- Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
- Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.		✓		
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.			✓	
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i>		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.		✓		
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Cahyono Zentrato
 Jenis Kelamin : Laki - laki
 Usia : 31 Tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.		✓		
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.		✓		
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Arman Zebua
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Usia : 32 Tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.	✓			
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Dendi Irtan Hdrab
 Jenis Kelamin : Laki - laki
 Usia : 33 tahun
 Pendidikan : S1

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i>	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.	✓			
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.	✓			
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Josua Laou
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Usia : 30 tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.	✓			
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.		✓		
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.			✓	
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.		✓		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Beni Telaumbanua
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Usia : 33 Tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: <i>Brand Repositioning</i>					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.			✓	
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.		✓		
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: <i>Brand Redesigning</i>					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas			✓	

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.			✓	
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Han Putra Zebua
 Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Usia : 30 Tahun
 Pendidikan : D3

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: <i>Brand Repositioning</i>					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.	✓			
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: <i>Brand Redesigning</i>					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas	✓			

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.	✓			
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.	✓			
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.	✓			
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.	✓			
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.	✓			
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.	✓			
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓	✗		
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup	✓	✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.	✓			
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Pian Tatema zega
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Usia : 30 Tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
2. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.		✓		
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.		✓		
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.		✓		
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.		✓		
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.		✓		
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .		✓		
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.		✓		
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.		✓		
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.		✓		
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.		✓		

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden : Syukur Telaumbanua
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Usia : 30 tahun
 Pendidikan : SLTA

Petunjuk pengisian :

- Berilah tanda centang (✓) pada kolom alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan penilaian Bapak/Ibu.
- Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bersifat benar-salah, jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- Usahakan agar semua nomor terjawab dan tidak ada yang terlewatkan.
- Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu

No	Skala Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Indikator 1: Brand Repositioning					
1.	Hotel Kaliki perlu mengubah citra dan posisinya di pasar agar dapat bersaing dengan hotel-hotel baru yang memiliki fasilitas lebih modern.	✓			
2.	Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Hotel Kaliki harus menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan saat ini.	✓			
3.	Reposisi merek yang dilakukan Hotel Kaliki dapat membantu meningkatkan daya tarik hotel di mata pelanggan baru maupun pelanggan lama.	✓			
4.	Perubahan konsep layanan yang lebih modern dapat meningkatkan citra Hotel Kaliki sebagai hotel pilihan utama bagi pelanggan.	✓			
Indikator 2: Brand Redesigning					
5.	Hotel Kaliki harus melakukan perombakan desain fasilitas			✓	

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	dan interior agar lebih menarik serta memenuhi standar kenyamanan pelanggan.				
6.	Peningkatan kualitas fasilitas dan desain Hotel Kaliki dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.		✓		
7.	Dengan melakukan desain ulang identitas visual seperti konsep interior, Hotel Kaliki dapat mencerminkan citra baru yang lebih modern.		✓		
Indikator 3: Brand Relaunching					
8.	Meningkatkan promosi dan penjualan kamar Hotel Kaliki melalui <i>Platform online</i> seperti Traveloka dapat membantu meningkatkan daya saing hotel di pasar perhotelan Gunungsitoli.	✓			
9.	Hotel Kaliki perlu menerapkan strategi pemasaran <i>digital</i> yang lebih agresif di <i>Platform</i> pemesanan <i>online</i> untuk menarik lebih banyak pelanggan setelah <i>Rebranding</i> .	✓			
10.	Dengan strategi pemasaran <i>online</i> yang tepat, Hotel Kaliki dapat meningkatkan tingkat okupansi kamar serta memperkuat loyalitas pelanggan lama.			✓	
Indikator 1: Keunikan Produk					
11.	Hotel Kaliki memiliki daya tarik unik dibandingkan hotel lain di Gunungsitoli, yang menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan.		✓		
12.	<i>Rebranding</i> yang dilakukan Hotel Kaliki dapat meningkatkan nilai keunikan hotel sehingga lebih menarik bagi wisatawan.	✓			
13.	Hotel Kaliki perlu lebih menonjolkan budaya dan kearifan lokal dalam layanan dan fasilitasnya untuk meningkatkan daya tarik uniknya.		✓		
14.	Inovasi dalam layanan dan fasilitas Hotel Kaliki berkontribusi dalam meningkatkan daya saing hotel di Gunungsitoli.		✓		
Indikator 2: Kualitas Produk					
15.	Kualitas fasilitas di Hotel Kaliki saat ini masih mampu bersaing dengan hotel-hotel baru di Gunungsitoli.	✓			
16.	Renovasi fasilitas yang dilakukan dalam <i>Rebranding</i> Hotel Kaliki akan meningkatkan kualitas hotel dan pengalaman pelanggan.		✓		
17.	Peningkatan kualitas layanan di Hotel Kaliki menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	✓			
Indikator 3: Harga Bersaing					
18.	Harga yang ditawarkan Hotel Kaliki saat ini sudah cukup		✓		

No.	Pernyataan	Skor Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	kompetitif dibandingkan dengan hotel-hotel lain di Gunungsitoli.				
19.	Menyesuaikan harga dengan fasilitas yang lebih baik setelah <i>Rebranding</i> dapat membantu Hotel Kaliki bersaing lebih efektif di pasar.		✓		
20.	Pelanggan lebih memilih hotel dengan harga yang lebih tinggi jika kualitas fasilitas dan layanan yang diberikan lebih baik.	✓			

Lampiran 2:

R- Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126

Lampiran 3:

T- Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70820	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44891	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563

Lampiran 4: Hasil Uji SPSS

Correlations Variabel X

[illegible]

Soal4	<i>Pearson Correlation</i>	,538**	,457**	,834**	1	,232	,365*	,239	,834**	1,000**	,232	,806**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,001	,006	,000		,179	,031	,166	,000	,000	,179	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal5	<i>Pearson Correlation</i>	,151	,525**	,324	,232	1	,154	,299	,324	,232	1,000**	,664**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,388	,001	,058	,179		,378	,081	,058	,179	,000	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal6	<i>Pearson Correlation</i>	,265	,167	,411*	,365*	,154	1	,269	,411*	,365*	,154	,517**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,124	,339	,014	,031	,378		,118	,014	,031	,378	,001
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal7	<i>Pearson Correlation</i>	,045	,187	,341*	,239	,299	,269	1	,341*	,239	,299	,485**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,797	,282	,045	,166	,081	,118		,045	,166	,081	,003
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal8	<i>Pearson Correlation</i>	,533**	,292	1,000**	,834**	,324	,411*	,341*	1	,834**	,324	,841**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,001	,089	,000	,000	,058	,014	,045		,000	,058	,000

	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal9	<i>Pearson Correlation</i>	,538**	,457**	,834**	1,000**	,232	,365*	,239	,834**	1	,232	,806**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,001	,006	,000	,000	,179	,031	,166	,000		,179	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal10	<i>Pearson Correlation</i>	,151	,525**	,324	,232	1,000**	,154	,299	,324	,232	1	,664**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,388	,001	,058	,179	,000	,378	,081	,058	,179		,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Jumlah	<i>Pearson Correlation</i>	,595**	,638**	,841**	,806**	,664**	,517**	,485**	,841**	,806**	,664**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,003	,000	,000	,000	
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,868	10

Item-Total Statistics

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Soal1	31,3143	11,163	,490	,862
Soal2	30,8857	11,222	,553	,858
Soal3	31,1714	10,323	,792	,839
Soal4	31,2571	10,550	,751	,843
Soal5	30,9714	10,440	,545	,860
Soal6	31,4571	11,373	,392	,871
Soal7	30,9429	11,526	,359	,873
Soal8	31,1714	10,323	,792	,839
Soal9	31,2571	10,550	,751	,843
Soal10	30,9714	10,440	,545	,860

Correlations Variabel Y

Correlations

[illegible]

Soal4	<i>Pearson Correlation</i>	,657**	,380*	,656**	1	-,048	,429*	,048	,656**	1,000**	-,048	,659**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	,024	,000		,786	,010	,786	,000	,000	,786	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal5	<i>Pearson Correlation</i>	,198	,193	,058	-,048	1	,444**	,665**	,058	-,048	1,000**	,618**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,253	,268	,741	,786		,008	,000	,741	,786	,000	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal6	<i>Pearson Correlation</i>	,406*	,042	,281	,429*	,444**	1	,429*	,281	,429*	,444**	,636**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,016	,810	,102	,010	,008		,010	,102	,010	,008	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal7	<i>Pearson Correlation</i>	,077	,274	,304	,048	,665**	,429*	1	,304	,048	,665**	,611**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,659	,111	,075	,786	,000	,010		,075	,786	,000	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal8	<i>Pearson Correlation</i>	,549**	,590**	1,000**	,656**	,058	,281	,304	1	,656**	,058	,731**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,001	,000	,000	,000	,741	,102	,075		,000	,741	,000

	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal9	<i>Pearson Correlation</i>	,657**	,380*	,656**	1,000**	-,048	,429*	,048	,656**	1	-,048	,659**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	,024	,000	,000	,786	,010	,786	,000		,786	,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal10	<i>Pearson Correlation</i>	,198	,193	,058	-,048	1,000**	,444**	,665**	,058	-,048	1	,618**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,253	,268	,741	,786	,000	,008	,000	,741	,786		,000
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Jumlah	<i>Pearson Correlation</i>	,699**	,603**	,731**	,659**	,618**	,636**	,611**	,731**	,659**	,618**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	<i>N</i>	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Soal1	31,1714	10,911	,598	,823
Soal2	31,1143	11,516	,492	,833
Soal3	31,1143	11,222	,657	,819
Soal4	31,0571	11,526	,572	,827
Soal5	31,4857	10,845	,467	,840
Soal6	31,2571	11,608	,545	,829
Soal7	31,0571	11,703	,515	,831
Soal8	31,1143	11,222	,657	,819
Soal9	31,0571	11,526	,572	,827
Soal10	31,4857	10,845	,467	,840

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,753**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	35	35
Y	Pearson Correlation	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,753 ^a	,566	,553	2,47428

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	263,858	1	263,858	43,100	,000 ^b
	Residual	202,028	33	6,122		
	Total	465,886	34			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	8,056	4,073		1,978
	X	,769	,117	,753	6,565

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 5:

Foto-Foto Dokumentasi



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Putri Monika
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Bapak Syukur Telaumbanua
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Agnes Lombu
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Kristina Hulu
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Linda Zai
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Lusi Waruwu
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Vivin Cahyani Laoli
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



Dokumentasi Pengisian Kuesioner oleh Responden, Ibu Meylin Hulu
Sumber: Dokumentasi penulis 2025



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : <https://mnj.unias.ac.id> Email : mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, November 2024

Hal : Pengajuan Judul Rancangan Peneliti

Kepada Yth. Bapak/Ibu Dosen
Pembimbing Akademik

Dengan hormat,

1. Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **BERKAT FEBRIANI HALAWA**

NIM : 2318049

Jumlah SKS yang telah diselesaikan : 145 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rencana Penelitian dan memohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat berkenanan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini :

No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1.	Strategi Rebranding Hotel dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli		
2.	Strategi Rebranding Hotel dalam Meningkatkan Citra di Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli		
(3.)	Pengaruh Rebranding Hotel dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Perhotelan : Studi kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli	12/03/2025	

2. Demikian permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/Ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat saya,

BERKAT FEBRIANI HALAWA

NIM. 2318049



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage : <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : **BERKAT FEBRIANI HALAWA**
NIM. : 2318049
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Tema : Branding

Judul	Pengaruh Rebranding Hotel dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Perhotelan : Studi kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli
Fenomena	Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan di industri perhotelan Kota Gunungsitoli semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan sektor pariwisata di wilayah ini. Kota Gunungsitoli, sebagai salah satu destinasi wisata utama di Pulau Nias, menarik wisatawan domestik maupun internasional yang mencari pengalaman budaya, alam, dan sejarah. Kondisi ini mendorong munculnya hotel-hotel baru, serta penginapan berbasis lokal lainnya. Akibatnya, hotel-hotel yang sudah lama berdiri menghadapi tantangan berat untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Hotel Kaliki merupakan salah satu hotel yang berada di Kota Gunungsitoli. Seiring berjalannya waktu, citra hotel ini mulai memudar di tengah perubahan tren wisatawan yang lebih mengutamakan kualitas layanan, modernitas fasilitas, dan pengalaman menginap yang unik. Penurunan tingkat okupansi dan berkurangnya minat pelanggan menjadi indikasi bahwa Hotel Kaliki perlu melakukan inovasi strategis untuk tetap bertahan di industri yang dinamis ini. Pada tahun 2024, manajemen Hotel Kaliki memutuskan untuk melaksanakan strategi rebranding. Rebranding ini meliputi

	pembaruan identitas visual desain interior, peningkatan kualitas layanan melalui pelatihan karyawan, modernisasi fasilitas, serta perluasan segmentasi pasar untuk menjangkau kelompok pelanggan baru, termasuk wisatawan milenial dan pelaku bisnis. Strategi ini bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap Hotel Kaliki, menarik kembali pelanggan lama, dan sekaligus menjangkau pelanggan baru yang lebih luas. Namun, rebranding bukanlah solusi instan, dan keberhasilannya sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti efektivitas implementasi strategi, konsistensi dalam branding baru, serta respons pasar terhadap perubahan tersebut. Dalam hal ini Hotel Kaliki, pertanyaan yang muncul adalah sejauh mana strategi rebranding yang dilakukan mampu meningkatkan daya saing hotel di tengah industri perhotelan Kota Gunungsitoli yang semakin ketat. Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji karena memberikan wawasan tentang bagaimana strategi rebranding dapat menjadi salah satu alat untuk meningkatkan daya saing hotel, terutama di wilayah berkembang seperti Kota Gunungsitoli. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis, terutama bagi pelaku industri perhotelan yang menghadapi tantangan serupa.
Lokus	Hotel Kaliki
Alamat	Jalan Yos Sudarso, Gang Elang II, Desa Ombolata Ulu, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara
Latar Belakang	Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting yang mendukung perkembangan ekonomi, khususnya di daerah yang memiliki potensi wisata. Seiring dengan meningkatnya arus wisatawan domestik maupun mancanegara, persaingan dalam industri ini semakin ketat. Hotel-hotel lokal, terutama yang berada di daerah berkembang seperti Kota Gunungsitoli, menghadapi tantangan untuk tetap relevan di tengah gempuran jaringan hotel besar yang menawarkan pelayanan terstandarisasi dan fasilitas yang lebih modern. Dalam kondisi seperti ini, inovasi dan strategi

pemasaran menjadi kunci bagi hotel lokal untuk bertahan dan bahkan memperkuat posisinya di pasar.

Rebranding merupakan salah satu strategi yang kerap diandalkan untuk memperbaiki citra dan meningkatkan daya tarik sebuah hotel. Proses rebranding tidak hanya terbatas pada perubahan nama atau logo perusahaan, tetapi mencakup upaya menyeluruh untuk memperbarui identitas dan persepsi merek, baik secara visual maupun operasional. Rebranding sering kali dilakukan untuk merespons kebutuhan pasar yang berubah, memperbaiki reputasi, atau meningkatkan daya saing dengan menawarkan pengalaman yang lebih relevan dan berkesan kepada pelanggan.

Hotel Kaliki, yang berlokasi di Kota Gunungsitoli, merupakan salah satu hotel lokal yang telah lama berdiri dan menjadi bagian dari perkembangan industri pariwisata di Kepulauan Nias. Kota Gunungsitoli sendiri merupakan pusat aktivitas ekonomi dan pariwisata di wilayah tersebut, menawarkan daya tarik wisata alam, budaya, dan sejarah yang unik. Namun, dengan semakin banyaknya hotel baru yang hadir di pasar, termasuk hotel dengan standar internasional, Hotel Kaliki menghadapi berbagai tantangan serius yang menghambat perkembangannya.

Berdasarkan hasil observasi awal, ada beberapa masalah yang dihadapi Hotel Kaliki antara lain adalah: Seiring dengan berjalannya waktu, beberapa fasilitas hotel mengalami penurunan kualitas dan tidak mampu bersaing dengan fasilitas hotel baru yang menawarkan teknologi modern dan kenyamanan lebih baik. Hotel Kaliki belum sepenuhnya memanfaatkan strategi pemasaran digital yang kini menjadi andalan untuk menarik perhatian pelanggan. Akibatnya, hotel ini kurang terlihat di pasar yang semakin kompetitif. Kehadiran hotel-hotel baru, baik yang berskala lokal maupun jaringan internasional, semakin memperketat persaingan. Hotel Kaliki kesulitan menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama di tengah persaingan ini.

Dalam upaya menjawab tantangan tersebut, Hotel Kaliki

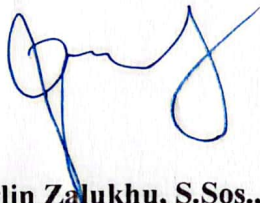
	memutuskan untuk melakukan rebranding. Langkah ini mencakup renovasi fasilitas, serta peningkatan kualitas layanan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Rebranding diharapkan tidak hanya mampu mengatasi berbagai masalah tersebut, tetapi juga membantu hotel ini bersaing lebih baik di pasar lokal maupun regional. Namun, implementasi rebranding tidak lepas dari tantangan, seperti biaya yang tinggi, risiko kehilangan identitas merek lama, serta kebutuhan untuk menyelaraskan perubahan dengan ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam untuk memahami dampak rebranding terhadap kinerja hotel, terutama dalam meningkatkan daya saing di pasar.
Perumusan Masalah	1. Bagaimana pengaruh rebranding terhadap citra merek Hotel Kaliki di mata pelanggan? 2. Seberapa besar pengaruh rebranding terhadap peningkatan daya saing Hotel Kaliki di industri perhotelan? 3. Bagaimana rebranding memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Hotel Kaliki?
Tujuan Penelitian	1. Untuk mengetahui pengaruh rebranding terhadap citra merek Hotel Kaliki di mata pelanggan. 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh rebranding terhadap peningkatan daya saing Hotel Kaliki di industri perhotelan. 3. Untuk mengevaluasi dampak rebranding terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang menginap di Hotel Kaliki.
Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh rebranding terhadap daya saing Hotel Kaliki di industri perhotelan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan untuk mendapatkan data yang terukur secara objektif dan dapat dianalisis secara statistik, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Daftar Pustaka

- Sari, R. (2020). *Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia Dalam Meningkatkan Citra*. Univ. Prof. Dr. Moestopo.
- Nurhaliza, S. (2020). *Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Image The Shalimar Boutique Hotel*. Universitas Brawijaya.
- Syahputra, M. (2020). *Strategi Rebranding Hotel Tjokro Pekanbaru Dalam Meningkatkan Daya Saing*. Universitas Islam Negeri, Riau
- Soekadijo, F. S. (2018). *Manajemen Pemasaran dalam Industri Perhotelan*. Salemba Empat.

Gunungsitoli, Maret 2025

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing Skripsi,



Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.
NIDN. 0113037504

Disahkan Oleh :
Ketua Program Studi,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102

Tembusan :
1. Kepala LPPM Universitas Nias
2. Dekan Fakultas Ekonomi

NIM :

2318049

NAMA MAHASISWA :

BERKAT FEBRIANI HALAWA

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Pengaruh Rebranding Hotel dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Perhotelan : Studi kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli

LOKUS :

Hotel Kaliki

Dosen Pembimbing :

Yuterlin Zalukhu, S.Sos.,M.M.

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

Branding

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Proposal

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	BAB 1, BAB 2, BAB 3 12 Mar 2025 14:00:00	Bimbingan BAB 1, BAB 2, BAB 3 File Skripsi	Bab I • Perbaiki cover di tulisan judul (asing di <i>italic</i>) • Tambahkan ucapan terima kasih di kata pengantar • Daftar isi diperbaiki • Spasi sub bab diperbaiki • Perbaiki manfaat penelitian Bab II • Daftar isi diperbaiki tata tulis ikuti sesuai petunjuk/pedoman pada saat <i>coaching</i> bersama-sama dengan teman • Perbaiki kerangka berpikir

Bab III

- Format penulisan kutipan mulai 5 baris diperbaiki
- Variabel penelitian dilengkapi dengan tabel
- Lokasi penelitian ditambah narasinya
- Jadwal penelitian disesuaikan dengan targetnya
- Jumlah populasi dan sampel dicantumkan dan disesuaikan dengan judul, ditentukan responden serta periode pengambilan data.
- Perhatikan kembali koefisien korelasi dengan skala likert
- Tambah referensi di daftar pustaka dan perbaiki formatnya
- Buat formulir identitas responden
- Buat daftar kuesioner berdasarkan indikator

File Skripsi

12 Mar 2025 14:02:50

2 BAB 1, BAB 2, BAB 3

20 Mar 2025 11:01:44

BAB 1, BAB 2, BAB 3

File Skripsi

General:

- Kata pengantar diperbaiki
- Kata sifat diperbaiki
- Perbaiki spasi isi (seharusnya 1,5) masih terdapat spasi 2
- Perbaiki tata tulis secara keseluruhan

Bab I

- Muat data yang mendukung permasalahan di latar belakang

Bab II

- Bahasa asing
- Format penulisan kutipan mulai dari 5 baris diperbaiki spasinya dan dirapikan
- Perbaiki penelitian terdahulu
- Spasi baris terakhir ke sub-sub judul diperbaiki
- Tambahkan 3 subjudul teori *rebranding*, dan 4 teori daya saing
- Perbaiki kerangka berpikir

Bab III

- Teori di jenis penelitian perlu dicantumkan pendapat para ahli dan spasinya diperbaiki
- Tabel variabel penelitiannya diperbaiki
- Perbaiki jadwal penelitian (d disesuaikan)
- Sumber di Bab 3 jangan hanya didominasi 1 orang saja (Sugiyono)
- Format daftar pustaka diperbaiki
- Identitas responden diperbaiki
- Kuesioner buat dalam tabel dan ditambah satu lagi setiap variabel sehingga menjadi 10 soal.

File Skripsi

20 Mar 2025 12:42:28

3 BAB 1, BAB 2, BAB 3

26 Mar 2025 21:05:08

BAB 1, BAB 2, BAB 3

File Skripsi

General:

- Daftar pustaka ditambah (semua referensi dari Bab I sd III masuk daftar pustaka)
- Semua kata asing dimiringkan

Bab I

- Muat data yang mendukung permasalahan di latar belakang, dan tabelnya di lengkapi keterangan

Bab II

- Spasi kutipan mulai 5 baris diperbaiki
- Tambah teori subjudul setiap variabel

Bab III

- Identitas responden tidak perlu dibuat dalam tabel
- Kuesioner buat dalam tabel.

File Skripsi

26 Mar 2025 21:13:18

4 BAB 1, BAB 2, BAB 3

26 Mar 2025 22:07:38

BAB 1, BAB 2, BAB 3

File Skripsi

General:

- Semua referensi masuk daftar pustaka.

Bab I

- Periode pengambilan data tiga bulan terakhir pada saat pengamatan awal, dan perbaiki tabelnya.

Bab III

- Identitas responden tidak perlu dibuat dalam tabel
- Tulisan pertanyaan diganti dengan pernyataan di tabel kuesioner dan perbaiki formatnya
- Jadwal penelitian diperbaiki

File Skripsi

26 Mar 2025 22:14:17

5 BAB 1, BAB 2, BAB 3

10 Apr 2025 14:32:22

BAB 1, BAB 2, BAB 3

File Skripsi

General:

- Format penulisan studi kasus dalam kurung) disamakan
- Masih terdapat kata-kata asing yang belum di *italic*

Bab I

- Perbaiki spasi sistematika penulisan
- Perbaiki spasi Bab secara keseluruhan

Bab II

- Periode pengambilan data tiga bulan terakhir pada saat pengamatan awal, dan perbaiki tabelnya.

Bab III

- Spasi diperbaiki
- Bahasa asing dimiringkan

Daftar Pustaka

- Sumber dari jurnal dan skripsi belum ada

Lampiran

Buat pengantar terkait penelitian saudara

File Skripsi

10 Apr 2025 15:40:04

6

BAB 1, BAB 2, BAB 3

BAB 1, BAB 2, BAB 3

Acc untuk diseminarkan

14 Apr 2025 09:37:12

File Skripsi

14 Apr 2025 10:11:56

Selesai

Proses pembimbingan proposal ini telah selesai dan telah dilanjutkan pada tahapan selanjutnya.

HALAMAN PERSETUJUAN

Rancangan penelitian yang diajukan oleh:

Nama : Berkat Febriani Halawa
NIM : 2318049
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Pengaruh *Rebranding* Hotel terhadap Daya Saing di
Industri Perhotelan : (Studi kasus Hotel Kaliki Kota
Gunungsitoli)

Gunungsitoli, April 2025

Pembimbing,



Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.
NIDN. 0113037504

Plt. Ketua Program Studi,



Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Jumat tanggal dua puluh lima bulan April tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **BERKAT FEBRIANI HALAWA**
NIM : 2318049
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Rebranding Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

W a k t u Pelaksanaan : 13.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.
(Pembimbing)
2. Aferiaman Telaumbanua, S.E., M.M.
(Penelaah)

Tanda Tangan

- 1.
- 2.

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M. (Pembimbing)	85
2. Aferiaman Telaumbanua, S.E., M.M. (Penelaah)	80
Total Nilai	165

Rata-rata nilai adalah: 82,5

Gunungsitoli, 25 April 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No. 30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias
menerangkan bahwa :

Nama	: BERKAT FEBRIANI HALAWA
NIM	: 2318049
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Rebranding Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Jumat, 25 April 2025
Pukul	: 13.00 wib-selesai
tempat	: Ruang 5

Dengan hasil penilaian :

☐

Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(90-100)

☒

Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(70-89)

☐

Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Dianjurkan seminar perbaikan.
(55-69)

☐

Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi.
(0-5)

Gunungsitoli, 25 April 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102

Catatan:
Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : BERKAT FEBRIANI HALAWA

NIM : 2318049

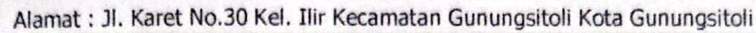
Judul Penelitian : Pengaruh Rebranding Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
	—	lengkapi fenomena masalah dalam penelitian dengan data dukungan hotel sebelum & sesudah rebranding dan juga data pendukung data di hotel dukungan hotel di hotel lain di Gunungsitoli
	—	populasi dan sample sebaiknya Pelanggan / konsumen / tamu hotel di Gunungsitoli
	—	buat manfaat penelitian : secara teori dan secara praktis

Gunungsitoli, 25 April 2024
Dosen Penelaah,

Aferiaman Telaumbanua, S.E., M.M
NIDN. 0116047202



LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh :

Nama : Berkat Febriani Halawa
NIM : 2318049
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : Pengaruh *Rebranding* Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

Telah diseminarkan dan disetujui untuk diteliti.

Gunungsitoli, 21 Mei 2025

Dosen Pembimbing,

Dosen Penelaah,



Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

Aferi Aman Telaumbanua, SE., MM

NIDN. 0113037504

NIDN. 0116047202

Plt. Ketua Program Studi Manajemen,



Idarni Harefa, S.E., M.E.

NIDN. 0128129102



SURAT PERSETUJUAN PENELITIAN

Nama Lokasi Penelitian

Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli

Alamat Lokasi Penelitian

Jln. Yos Sudarso, Gang Elang II Kota
Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan dibawah ini atas nama :

Nama : Sadamina Laoli

Jabatan : Owner Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli

Dengan ini, kami sebagai Owner Kaliki memberikan persetujuan kepada

Nama : Berkat Febriani Halawa

Nim : 2318049

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)

Dengan ini kami memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melaksanakan penelitian guna melengkapi data skripsi dalam rangka penyelesaian tugas akhir pada program Studi Manajemen Universitas Nias, yang berjudul "*Pengaruh rebranding Hotel terhadap daya saing di Industri Perhotelan : (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)*", dari tanggal 11 Juni 2025 sampai selesai.

Demikian Surat Izin Penelitian ini disampaikan, atas perhatian kami ucapkan terima kasih.

Gunungsitoli, Juni 2025
Owner Kaliki



Jalan Yos Sudarso - Kota Gunungsitoli

Sadamina Laoli

Gunungsitoli Juli 2025

Nomor :

Perihal : Surat Keterangan Selesai Meneliti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Nias

Di

Tempat

Sehubungan dengan surat Plt Kepala LPPM Universitas nomor::
795/UN11/PN.01.02/2025 tanggal 11 Juni 2025 perihal permohonan izin
pelaksanaan penelitian, yang dilaksanakan oleh :

Nama : Berkat Febriani Halawa

Nim : 2318049

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)

Telah menyelesaikan penelitian di Hotel Kaliki yang di mulai sejak tanggal 11
Juni 2025 s/d selesai dengan judul **Pengaruh rebranding Terhadap Daya
Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana
mestinya.

Owner Hotel Kaliki



KALIKI
Jalan Yos Sudarso - Kota Gunungsitoli

Sadamina Laoli

NIM :

2318049

NAMA MAHASISWA :

BERKAT FEBRIANI HALAWA

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Pengaruh Rebranding Hotel dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Perhotelan : Studi kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli

LOKUS :

Hotel Kaliki

Dosen Pembimbing :

Yuterlin Zalukhu, S.Sos.,M.M.

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

Branding

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Skripsi

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	BAB 4 21 Jun 2025 13:48:40	BAB 4 File Skripsi	Bab IV (1) - Sesuaikan spasi dengan buku panduan - Istilah asing dimiringkan - Lengkapi data tabel 4.3 (karakteristik responden tingkat pendidikan - Daftar isi Bab IV dibuat File Skripsi 21 Jun 2025 15:16:28
2	BAB 1, BAB 2, BAB 3, BAB 4, BAB 5 01 Jul 2025 10:04:18	BAB 4, BAB 5 File Skripsi	Bab IV & V (2) - Sempurnakan tata tulis sesuai catatan - Spasi tabel diperbaiki - Referensi ditambah

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
			File Skripsi 08 Jul 2025 19:13:29
3	BAB 1, BAB 2, BAB 3, BAB 4, BAB 5 08 Jul 2025 19:20:15	BAB 4 DAN BAB 5 File Skripsi	Bab IV & V 3) • Kata pengantar diperbaiki • Perbaiki daftar pustaka • Format judul diperbaiki • Sempurnakan tata tulis (kata-kata asing) File Skripsi 09 Jul 2025 00:20:24
4	BAB 1, BAB 2, BAB 3, BAB 4, BAB 5 11 Jul 2025 13:34:31	BAB 1, BAB 2, BAB 3, BAB 4, BAB 5 File Skripsi	Bab IV & V (4) • Buat abstrak bahasa Indonesia dan Inggris • Perbaiki tata tulis yang bahasa asing • Perbaiki spasi dan tetap konsisten • Format tulisan jadwal penelitian disamakan jadi TNR • Jumlah sampel diperbaiki sesuai dengan bimbingan awal • Perbaiki sejarah hotel Kalili (paragraf 2 dan 3) • Spasi daftar pustaka disempurnakan File Skripsi 11 Jul 2025 14:22:02
5	BAB 1, BAB 2, BAB 3, BAB 4, BAB 5 11 Jul 2025 17:00:12	BAB 1, BAB 2, BAB 3, BAB 4, BAB 5 File Skripsi	Acc untuk Ujian Meja Hijau 11 Jul 2025 23:53:27

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Rektorat : Pancasila No. 10 Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias ☎ 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi Pengaruh *Rebranding* Hotel terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan : (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli) oleh Berkat Febriani Halawa NIM 2318049 Program Studi S1 Manajemen, telah dikoreksi dan di revisi oleh pembimbing sehingga dapat dilanjutkan untuk sidang ujian skripsi.

Gunungsitoli, Juli 2025

Dosen Pembimbing,

Yuterlin Zalukhu, S.sos., M.M
NIDN. 0113037504



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias -* 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 350/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Arisman Telaumbanua, S.Pd., M.Pd.T.**
NIDN : 0102018705
Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk. I/III/b
Jabatan : Sekretaris Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

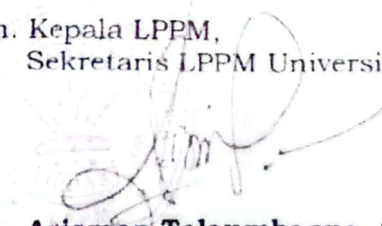
dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Berkat Febriani Halawa**
NIM : 2318049
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH REBRANDING HOTEL TERHADAP DAYA SAING DI INDUSTRI PERHOTELAN (STUDI KASUS HOTEL KALI KI KOTA GUNUNGSITOLI)

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 19% dan tingkat *Artificial Intelligence* (AI) 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 28 Juli 2025

An. Kepala LPPM,
Sekretaris LPPM Universitas Nias,


Arisman Telaumbanua, S.Pd., M.Pd.T.
NIDN. 0102018705

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Berkat Febriani Halawa.**



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id/unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

Nomor : 849 / W. II. 02 / PP. 09. 01 / 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa:

Nama : **Berkat Febriani Halawa**
NIM : 2318049
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Rebranding Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua Mata Kuliah di Program Studi S1 Manajemen, kecuali Mata Kuliah Penulisan Skripsi. Untuk itu, dimohon kiranya untuk diterbitkan Transkrip Nilai kepada yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Gunungsitoli, 29 Juli 2025

Ketua Program Studi Manajemen.

Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 19 Juni 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**

Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Berkat Febriani Halawa**

NIM : 2318049

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi (FE)

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat Permohonan Ujian Skripsi
2. Surat Kesiapan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti Skripsi Telah Melewati Cek *Plagiat* Dari LPPM
4. Surat keterangan bebas mata kuliah
5. Surat pengesahan skripsi yang ditandatangani oleh pembimbing
6. Surat keterangan telah berakhir meneliti dari tempat penelitian
7. Surat pernyataan keaslian skripsi yang ditandatangani oleh mahasiswa
8. Menggandakan *Hardcopy* Skripsi Yang Telah di Jilid Sebanyak 3 (Tiga) Rangkap
9. Riwayat Bimbingan SKRIPSI di SIMAT Dari Dosen Pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS Asli Semester 1 Sampai Terakhir
11. Fotokopi KHS Terakhir
12. Transkrip Nilai Sementara Dari SIMAT
13. Slip Pembayaran Uang Kuliah Terakhir
14. Map Merah 3 Buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

Berkat Febriani Halawa
NIM. 2318049

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

2 Agustus 2025

Nomor : 926/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **BERKAT FEBRIANI HALAWA**

Kepada Yth.

1. Aferieman Telaumbanua, S.E., M.M
2. Eliagus Telaumbanua, SE.MM
3. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., MM

Penguji I
Penguji II
Pembimbing

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **BERKAT FEBRIANI HALAWA**
NIM : 2318049
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Rebranding Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

diharapkan kehadiran Bapak/ibu pada acara dimaksud yang diselenggarakan:
hari/tanggal : Senin, 4 Agustus 2025
pukul : 15.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang 6

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
- ③ Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakai dasi.



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal Empat Agustus tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

N a m a : BERKAT FEBRIANI HALAWA
NIM : 2318049
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Rebranding Hotel Terhadap Daya Saing di Industri Perhotelan (Studi Kasus Hotel Kaliki Kota Gunungsitoli)

W a k t u Pelaksanaan : 15.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

1. Yuterlin Zalukhu, S.Sos.,MM
2. Aferiaman Telaumbanua, S.E., M.M
3. Eliagus Telaumbanua, SE.MM

TandaTangan

1.  1. 
2.  2. 
3.  3. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Yuterlin Zalukhu, S.Sos.,MM	92
2. Aferiaman Telaumbanua, S.E., M.M	85
3. Eliagus Telaumbanua, SE.MM	70
Total Nilai	255

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah 85
(Delapan puluh Lima)

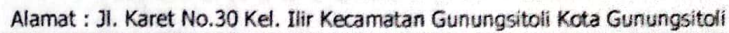
Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak Lulus~~ dengan Predikat Kelulusan... A-.....

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100.	= A
85.00-89.99	= A-
80.00-84.99	= B+
75.00-79.99	= B
70.00-74.99	= B-
65.00-69.99	= C+
60.00-64.99	= C
55.00-59.99	= C-
50.00-54.99	= D
< 40.99	= E

Gunungsitoli, 4 Agustus 2025
Ketua Program Studi,


Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262



BIODATA PENULIS



Berkat Febriani Halawa, yang sehari-harinya dipanggil “Febri” lahir di Hilizoliga pada tanggal 27 Februari 1999. Pada tahun 2005 memulai pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 071188 Hilizoliga dan menyelesaikannya pada tahun 2011. Setelah menamatkan pendidikan dasar, kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Huruna dari tahun 2011 hingga 2014.

Usai menyelesaikan jenjang SMP kemudian meneruskan pendidikan di tingkat kejuruan dengan bersekolah di SMK Negeri 1 Huruna, dan berhasil menuntaskan studinya pada tahun 2017.

Setelah 3 tahun tamat di bangku pendidikan SMK, kemudian pada tahun 2018 atas doa keluarga dan ijin tuhan bisa melanjutkan kembali pendidikan disalah satu perguruan tinggi yang ada di Kepulauan Nias, yakni di STIE PEMBNAS NIAS atau yang sekarang telah berdiri menjadi Universitas yakni UNIVERSITAS NIAS. Adapun program studi yang di ambil adalah Pendidikan Strata 1 (S-1) dibidang Manajemen Fakultas Ekonomi.

Pada tahun 2025, untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana di Universitas Nias, kemudian melakukan penelitian untuk syarat penyusunan tugas akhir. Walaupun dengan begitu banyak rintangan yang di hadapi namun atas kehendak tuhan, pada tanggal 04 Agustus dinyatakan LULUS dan berhak mendapatkan gelar sarjana, setelah mengikuti serangkaian proses pengujian baik dari Ujian Seminar Proposal dan Ujian Meja Hijau.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Nias, banyak pengalaman dan ilmu yang di peroleh baik dari sisi akademik maupun non akademik. semoga kedepan dapat melanjutkan pendidikan kejenjang berikutnya.