

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 13

1.3 Tujuan Penelitian 13

1.4 Kegunaan Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 15

2.1.1 *Above Market Pricing* 15

2.1.1.1 Konsep Strategi Pemasaran dan Strategi Harga 15

2.1.1.2 Konsep *Above Market Pricing* 22

2.1.1.3 Tujuan Penetapan harga 22

2.1.1.4 Faktor-Faktor yang Perlu dipertimbangkan dalam
Penetapan Harga
29



2.1.1.5 Dimensi <i>Above Market Pricing</i>	33
2.1.2 Keputusan Menginap.....	35
2.1.2.1 Konsep Keputusan Menginap	35
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menginap	37
2.1.2.3 Peran Tamu dalam Menginap	42
2.1.2.4 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Menginap	43
2.1.2.5 Keputusan Menginap	47
2.1.3 Pengaruh <i>Above Market Pricing</i> terhadap Keputusan Menginap	50
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	51
2.2 Kerangka Pemikiran	53
2.3 Hipotesis	60
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	63
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	64
3.2.1 Jenis Penelitian	64
3.2.2 Metode Penelitian	65
3.3 Operasional Variabel	66
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	68
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	70
3.5.1 Populasi	70

3.5.2 Sampel	71
3.5.3 Teknik Sampling	73
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Pengujian Validitas dan Reliabilitas .	74
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	74
3.6.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	76
3.6.2.1 Pengujian Validitas	76
3.6.2.2 Pengujian Reliabilitas Data.....	80
3.7 Rancangan Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	82
3.7.1 Rancangan Analisa Data.....	82
3.7.2 Pengujian Hipotesis	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Tamu.....	90
4.1.1 Profil Hotel Yehezkiel Bandung.....	90
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	90
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan dan Struktur Organisasi	91
4.1.1.3 Produk dan Jasa Yang Ditawarkan	94
4.1.1.3.1. Kamar	94
4.1.1.3.2. Ruang <i>Meeting</i>	94
4.1.2 Profil Tamu Hotel Yehezkiel Bandung	96
4.1.2.1 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	96

4.1.2.2 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	97
4.1.2.3 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pendidikan dan Penghasilan.....	99
4.1.2.4 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pendapatan dan Intensitas Menginap	101
4.1.2.5 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Tujuan Menginap dengan Jumlah Pengeluaran.....	102
4.1.2.6 Alasan Tamu Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung .	104
4.2 Gambaran <i>Above Market Pricing</i> Hotel Yehezkiel Bandung.....	106
4.2.1 Lokasi	106
4.2.2 Kualitas Produk	107
4.2.3 Kualitas Pelayanan	108
4.2.4 Suasana	110
4.2.5 Citra	112
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Penilaian Tamu Terhadap <i>Above Market Pricing</i> Hotel Yehezkiel Bandung	113
4.3 Gambaran Keputusan Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung.....	114
4.3.1 Pemilihan Produk	115
4.3.2 Pemilihan Merek	116
4.3.3 Pemilihan Dealer	117
4.3.4 Waktu Pembelian.....	119
4.3.5 Jumlah Pembelian.....	120

4.3.6 Rekapitulasi Hasil Penilaian Tamu Tentang Keputusan Menginap Pada Hotel Yehezkiel Bandung	121
4.4 Pengaruh <i>Above Market Pricing</i> Terhadap Keputusan Menginap	122
4.4.1 Kontribusi Lokasi Terhadap Keputusan Menginap.....	126
4.4.2 Kontribusi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menginap....	126
4.4.3 Kontribusi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap	127
4.4.4 Kontribusi Suasana Terhadap Keputusan Menginap	128
4.4.5 Kontribusi Citra Terhadap Keputusan Menginap.....	129
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	131
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan Yang Bersifat Empirik	131
4.5.2 Implikasi Hasil Temuan Yang Bersifat Teoritik	132
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Rekomendasi.....	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Kunjungan Wisatawan di Negara ASEAN Tahun 2006-2009	2
Tabel 1.2	Statistik Kunjungan Wisatawan di Indonesia Tahun 2004-2009.....	4
Tabel 1.3	Statistik Perkembangan Wisatawan Nusantara Tahun 2005-2009	5
Tabel 1.4	Pertumbuhan Hotel di Provinsi Jawa Barat Tahun 2003-2009.....	7
Tabel 1.5	Perkembangan Hotel di Kota Bandung Tahun 2000-2009	8
Tabel 1.6	<i>Range</i> Harga Kamar Hotel Melati di Bandung Tahun 2009.....	9
Tabel 1.7	Harga Kamar Hotel Yehezkiel Bandung Tahun 2006-2009.....	10
Tabel 1.8	Pembatalan <i>Check In</i> Karena Faktor Harga Tahun 2007-2009	11
Tabel 1.9	Tingkat Hunian Kamar Hotel Yehezkiel Bandung Tahun 2006-2009	12
Tabel 2.1	Definisi Harga	21
Tabel 2.2	Definisi <i>Above Market Pricing</i>	22
Tabel 2.3	Definisi Keputusan Menginap Menurut Beberapa Ahli	36
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan Variabel Penelitian dan Industri Penelitian.....	51
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	66
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	70
Tabel 3.3	Jenis dan Jumlah Tamu yang Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung Tahun 2009	71
Tabel 3.4	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	78
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas <i>Above Market Pricing</i> dan Keputusan Menginap .	78
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	82

Tabel 4.1 Tipe Dan Harga Kamar Hotel Yehezkiel Bandung	94
Tabel 4.2 Paket, Harga, dan Fasilitas Yang Ditawarkan Hotel Yehezkiel Bandung.....	95
Tabel 4.3 Single Product dan Harga Hotel Yehezkiel Bandung	95
Tabel 4.4 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	96
Tabel 4.5 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	98
Tabel 4.6 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pendidikan Akhir dan Penghasilan.....	100
Tabel 4.7 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pendapatan dan Intensitas Menginap.....	101
Tabel 4.8 Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Tujuan Menginap dan Jumlah Pengeluaran.....	103
Tabel 4.9 Alasan Tamu Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung	104
Tabel 4.10 Penilaian Tamu Terhadap Lokasi	106
Tabel 4.11 Penilaian Tamu Terhadap Kualitas Produk	107
Tabel 4.12 Penilaian Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan.....	109
Tabel 4.13 Penilaian Tamu Terhadap Suasana	111
Tabel 4.14 Penilaian Tamu Terhadap Citra	112
Tabel 4.15 Rekapitulasi Penilaian Tamu Terhadap <i>Above Market Pricing</i> Hotel Yehezkiel Bandung	113
Tabel 4.16 Penilaian Tamu Mengenai Pemilihan Produk.....	115

Tabel 4.17	Penilaian Tamu Mengenai Pemilihan Merek.....	116
Tabel 4.18	Penilaian Tamu Mengenai Pemilihan Dealer	118
Tabel 4.19	Penilaian Tamu Mengenai Waktu Pembelian.....	119
Tabel 4.20	Penilaian Tamu Mengenai Jumlah Pembelian	120
Tabel 4.21	Rekapitulasi Penialian Tamu Tentang Keputusan Menginap Pada Hotel Yehezkiel Bandung	121
Tabel 4.22	Matrik Korelasi Sub Variabel <i>Above Market Pricing</i> Dengan Keputusan Menginap.....	122
Tabel 4.23	Pengujian Secara Simultan	123
Tabel 4.24	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	125
Tabel 4.25	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Lokasi Terhadap Keputusan Menginap.....	126
Tabel 4.26	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menginap.....	127
Tabel 4.27	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap.....	127
Tabel 4.28	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Suasana Terhadap Keputusan Menginap.....	128
Tabel 4.29	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Citra Terhadap Keputusan Menginap.....	129
Tabel 4.30	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Above Market Pricing</i> Terhadap Keputusan Menginap.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	38
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan	44
Gambar 2.3	Keputusan Pembelian.....	46
Gambar 2.4	Model Perilaku Pembeli Dalam Keputusan Pembelian	47
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Above Market Pricing</i> Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung	59
Gambar 2.6	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Above Market Pricing</i> Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung	60
Gambar 3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	85
Gambar 3.2	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	85
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Hotel Yehezkiel Bandung	93
Gambar 4.2	Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	97
Gambar 4.3	Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	99
Gambar 4.4	Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pendidikan Akhir dan Penghasilan	100
Gambar 4.5	Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Pendapatan dan Intensitas Berkunjung	102
Gambar 4.6	Jenis Tamu Hotel Yehezkiel Bandung Berdasarkan Tujuan Menginap dan Jumlah Pengeluaran	104
Gambar 4.7	Alasan Tamu Menginap di Hotel Yehezkiel Bandung.....	105

Gambar 4.8 Rekapitulasi Penilaian Tamu Terhadap <i>Above Market Pricing</i> Hotel Yehezkiel Bandung.....	114
Gambar 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Tentang Keputusan Menginap Pada Hotel Yehezkiel Bandung.....	122
Gambar 4.10 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis.....	125

