

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	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	16
2.1.1 Konsep <i>Direct Marketing</i> Bagian dari Bauran Promosi	16
2.1.1.1 Definisi <i>Direct Mail</i>	20
2.1.1.2 Tujuan <i>Direct Mail</i>	22
2.1.1.3 Manfaat <i>Direct Mail</i>	24
2.1.1.4 Media dan Elemen <i>Direct Mail</i>	28
2.1.2 Keputusan Menggunakan Kamar Hotel	30
2.1.2.1 Definisi Keputusan Menggunakan Kamar Hotel	30
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tamu Bisnis dalam Keputusan untuk Menggunakan Kamar Hotel	32
2.1.2.3 Peran Tamu Bisnis Dalam Menggunakan Kamar Hotel	35
2.1.2.4 Jenis-jenis Tingkah Laku Tamu Bisnis dalam Keputusan Menggunakan Kamar Hotel	37
2.1.2.5 Keputusan Tamu Bisnis untuk Menggunakan Kamar Hotel.	39
2.1.3 Pengaruh Program <i>Direct Mail</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menggunakan Kamar Hotel	43

2.1.4 Orisinalitas Penelitian	45
2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Hipotesis	56
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	60
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian	60
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	61
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.2.4 Populasi dan Sampel	65
3.2.4.1 Populasi	65
3.2.4.2 Sampel	66
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.2.6 Pengujian Validitas Reliabilitas	68
3.2.6.1 Validitas	68
3.2.6.2 Reliabilitas	72
3.2.7 Rancangan Analisis Data	74
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	74
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	75
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Tamu	83
4.1.1 Profil Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	83
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	83
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan dan Struktur Organisasi	84
4.1.1.3 Produk dan Jasa Yang Ditawarkan	88
4.1.2 Profil Tamu Bisnis Pengambil Keputusan di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	90
4.1.2.1 Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	90

4.1.2.2	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Pendidikan Terakhir	92
4.1.2.3	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Berdasarkan Jabatan dan Pendidikan Terakhir.	94
4.1.2.4	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Frekuensi Menggunakan Kamar Hotel	96
4.1.2.5	Alasan Tamu Bisnis Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	98
4.2	Gambaran Program <i>Direct Mail</i> Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	100
4.2.1	<i>The List</i>	100
4.2.2	<i>The Message</i>	102
4.2.3	<i>The Envelope</i>	103
4.2.4	<i>The Letter</i>	105
4.2.5	<i>Brochure</i>	105
4.2.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	107
4.3	Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	108
4.3.1	Pilihan Produk atau Jasa	109
4.3.2	Pemilihan Pemasok	110
4.3.3	Jumlah Pemesanan	112
4.3.4	Persyaratan dan Waktu Pembelian	113
4.3.5	Persyaratan Pelayanan	115
4.3.6	Pembayaran	116

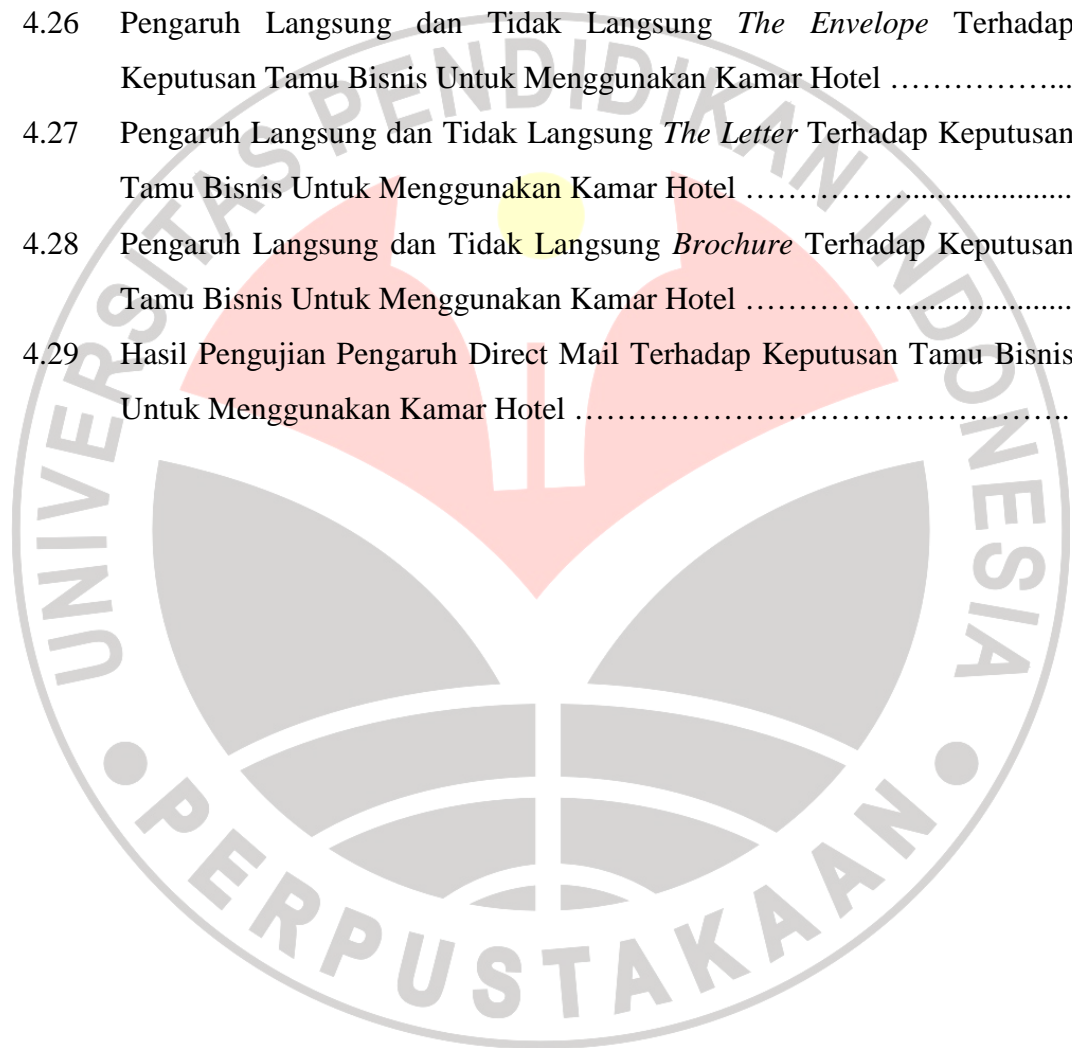
4.3.7 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Keputusan Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	118
4.4 Pengaruh Program <i>Direct Mail</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	119
4.4.1 Kontribusi <i>Direct Mail</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Kamar Hotel	123
4.4.2 Kontribusi <i>The Message</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	124
4.4.3 Kontribusi <i>The Envelope</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	125
4.4.4 Kontribusi <i>The Letter</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	126
4.4.5 Kontribusi <i>Brochure</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	127
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	129
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan Yang Bersifat Empirik	129
4.5.2 Implikasi Hasil Temuan Yang Bersifat Teoritik	129
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Rekomendasi	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Tertinggi untuk Lima Negara di ASEAN Tahun 2006-2009 (Dalam Ribuan)	2
1.2	Jumlah Akomodasi, Rata-rata Pekerja dan Jumlah Tamu per Hari (Hotel Berbintang) di Pulau Jawa Tahun 2009	4
1.3	Data Wisatawan yang Menginap di Akomodasi Kabupaten Purwakarta Tahun 2004-2009	5
1.4	Data Hotel Bintang di Kabupaten Purwakarta Tahun 2009	6
1.5	Tingkat Hunian Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Tahun 2007-2009	7
1.6	Program Promosi yang dilakukan Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Tahun 2008	8
1.7	Program <i>Direct Mail</i> yang dilakukan Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Tahun 2009 – Sekarang	11
2.1	Definisi <i>Direct Mail</i>	21
2.2	Tipe-tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian	37
2.3	Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	45
3.1	Operasional Variabel	62
3.2	Jenis dan Sumber Data	65
3.3	Koefisien Korelasi	70
3.4	Hasil Uji Validitas <i>Direct Mail</i> dan Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	71
3.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	74
4.1	Tipe dan Jumlah Kamar Hotel/Bungalow Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Tahun 2010	88
4.2	Daftar <i>Function Room</i> Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Tahun 2010	90

4.3	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	91
4.4	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Pendidikan Terakhir	93
4.5	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Berdasarkan Jabatan dan Pendidikan Terakhir	95
4.6	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Frekuensi Menggunakan Kamar Hotel	97
4.7	Alasan Tamu Bisnis Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	98
4.8	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>The List</i>	101
4.9	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>The Message</i>	102
4.10	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>The Envelope</i>	103
4.11	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>The Letter</i>	105
4.12	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Brochure</i>	106
4.13	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Program <i>Direct Mail</i> Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	107
4.14	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Pilihan Produk Atau Jasa	109
4.15	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Pemilihan Pemasok	111
4.16	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Jumlah Pemesanan	112
4.17	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Persyaratan dan Waktu Pembelian	114
4.18	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Persyaratan Pelayanan	115
4.19	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Pembayaran	117
4.20	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	118
4.21	Matrik Korelasi Sub Variabel Program <i>Direct Mail</i> Dengan Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	120

4.22	Pengujian Secara Simultan	121
4.23	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	122
4.24	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>The List</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	123
4.25	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>The Message</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	124
4.26	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>The Envelope</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	125
4.27	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>The Letter</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	126
4.28	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Brochure</i> Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	127
4.29	Hasil Pengujian Pengaruh Direct Mail Terhadap Keputusan Tamu Bisnis Untuk Menggunakan Kamar Hotel	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Manfaat <i>Direct Mail</i> dilihat dari Perspektif Pelanggan	25
2.2	Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Tamu Bisnis	33
2.3	Model Perilaku Tamu Bisnis dalam Keputusan Pembelian	40
2.4	Kerangka Pemikiran Pengaruh Program <i>Direct Mail</i> terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menggunakan Kamar Hotel	55
2.5	Paradigma Penelitian Pengaruh Program <i>Direct Mail</i> terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menggunakan Kamar Hotel	56
3.1	Struktur Hubungan Kasual antara X dan Y	77
3.2	Diagram Jalur Sub Hipotesis	77
4.1	Struktur Organisasi Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	87
4.2	Jenis Tamu Bisis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	92
4.3	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Berdasarkan Jenis Perusahaan Dan Pendidikan Terakhir	94
4.4	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta Berdasarkan Jabatan dan Pendidikan Terakhir	96
4.5	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Frekuensi Menggunakan Kamar Hotel	98
4.6	Alasan Tamu Bisnis Menggunakan Kamar Hotel di Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	100
4.7	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Jatiluhur <i>Convention & Resort Hotel</i> Purwakarta Terhadap Program <i>Direct Mail</i>	108

4.8	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Keputusan Menggunakan Kamar Hotel Jatiluhur <i>Convention & Resort</i> Hotel Purwakarta	119
4.9	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis	123

