

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Rumusan Masalah	13
1.3	Tujuan Penelitian	14
1.4	Kegunaan Penelitian	14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka	16
2.1.1	Konsep Pariwisata	16
2.1.1.1	<i>Electronic Customer Relationship Management 2.0 Bagian dalam Relationship Management</i>	17

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.1.2	Definisi <i>E-Customer Relationship Management 2.0</i>	20
2.1.1.3	Tujuan <i>E-Customer Relationship Management 2.0</i>	23
2.1.1.4	Elemen-Elemen <i>E-Customer Relationship Management 2.0</i>	25
2.1.2	Loyalitas Pelanggan	28
2.1.2.1	Definisi Loyalitas Pelanggan	28
2.1.2.2	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	30
2.1.2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	30
2.1.2.4	Tingkat Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.2.5	Dimensi Loyalitas Pelanggan	33
2.1.3	Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.1.4	Orisinalitas Penelitian	35
2.2	Kerangka Pemikiran	36
2.3	Hipotesis	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian	46
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan	46
3.2.2	Operasional Variabel	47
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	51
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	53

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.4.1	Populasi	53
3.2.4.2	Sampel	54
3.2.4.3	Teknik Sampling	55
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	56
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	56
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	60
3.2.7	Rancangan Analisis Data	62
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	62
3.2.7.2	Pengujian Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil dan Pelanggan SPG Member Sheraton Bandung Hotel & Towers	71
4.1.1	Profil Sheraton Bandung Hotel & Towers.....	71
4.1.1.1	Identitas Perusahaan	71
4.1.1.2	Sejarah Sheraton Bandung Hotel & Towers	72
4.1.1.3	Produk yang Ditawarkan	73
4.1.1.4	Struktur Organisasi Sheraton Bandung Hotel & Towers.....	75
4.1.2	Profil SPG Member Sheraton Bandung Hotel & Towers	77
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, Jenis Kelamin dan Usia.....	77
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, Asal Daerah dan Pendidikan Tertinggi.....	78

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, Sumber dan Frekuensi Pembelian	79
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, Alasan Memilih dan Pengasilan per-bulan	81
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, Golongan SPG dan Lamanya Menjadi Member	83
4.2	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	84
4.2.1	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Information Quality</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	84
4.2.2	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Easy of Navigation</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	86
4.2.3	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Service Quality</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	87
4.2.4	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Fulfilment</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	89
4.2.5	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Reward</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	90
4.2.6	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Site Security</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	91

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.2.7	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>value-added service</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	93
4.2.8	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Perceived Trust</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	94
4.2.9	Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Price Attractiveness</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	95
4.2.10	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan SPG Member terhadap <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	96
4.3	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas di Sheraton Bandung Hotel & Towers	99
4.3.1	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas di Sheraton Bandung Hotel & Towers Berdasarkan <i>Behavioural</i>	99
4.3.2	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas di Sheraton Bandung Hotel & Towers Berdasarkan <i>Attitudinal</i>	101
4.3.3	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas di Sheraton Bandung Hotel & Towers Berdasarkan <i>Cognitive</i>	102
4.3.4	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sheraton Bandung Hotel & Towers	104

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.4	Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sheraton Bandung Hotel & Towers	106
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi.....	107
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas	107
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	110
4.4.1.3	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	111
4.4.1.4	Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	112
4.4.1.5	Hasil Uji Korelasi Antar Variabel.....	113
4.4.1.6	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	115
4.4.1.7	Uji Signifikansi (Uji F)	116
4.4.1.8	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi (Uji t)	117
4.4.1.9	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Managemnt 2.0</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Sheraton Bandung Hotel & towers	121
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	122
4.5.1	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	122
4.5.2	Implikasi Temuan Bersifat Empirik.....	123
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan	125
5.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA		129

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Hal
1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2009-2012	2
1.2	Jumlah Hotel Berbintang di Kota Bandung Tahun 2012	3
1.3	Jaringan Hotel Internasional di Bandung Tahun 2012.....	5
1.4	Tingkat Hunian Hotel Jaringan Internasional Tahun 2012.....	6

1.5	Tingkat Hunian dan rata-rata Kamar Sheraton Bandung Hotel & Towers	7
1.6	Jumlah SPG Member di Sheraton Bandung Hotel & Towers.....	8
1.7	<i>Guest Experience Index</i> Sheraton Bandung Hotel & Towers Tahun 2012.....	9
1.8	<i>Strategy Marketing Planning</i> Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	10
1.9	Persentase Kunjungan <i>Website</i> Sheraton	12
2.1	Perbedaan CRM 1.O dan CRM 2.O.....	20
2.2	Definisi Konsep <i>Electronic Customer Relationship Managemnt 2.O</i>	22
2.3	Definisi Loyalitas Pelanggan Menurut Para Ahli	29
2.4	Penelitian Terdahulu Berkaitan Dengan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui <i>Electronic Customer Relationship Managemnt 2.O</i>	35
3.1	Operasionalisasi Variabel	48
3.2	data dan Sumber Yang Digunakan Dalam Penelitian Pada Sheraton Bandung Hotel & Towers.....	52
3.3	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	57
3.4	Hasil pengujian Validitas	58
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Electronic Customer Relationship Management 2.O</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
3.6	Interprestasi Koefisien Korelasi	63
4.1	Karakteristik Responden Pekerjaan dengan Jenis kelamin dan Usia	77

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.O

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.2	Karakteristik Responden Pekerjaan, Asal daerah dan Pendidikan Terakhir	78
4.3	Karakteristik Responden Pekerjaan dengan Sumber Dan Frekuensi Pembelian	79
4.4	Karakteristik Responden Pekerjaan, Alasan Memilih Dan Penghasilan Per-Bulan .	81
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, Golongan SPG dan Lamanya Menjadi Member	83
4.6	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Information Quality</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	85
4.7	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Easy Of Navigation</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	86
4.8	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Customer Service Quality</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	87
4.9	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Fulfilment</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	89
4.10	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Reward</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	90
4.11	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Site security</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	91
4.12	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Value-added Service</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	93
4.13	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Perceived Trust</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	94

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.14	Tanggapan PelangganSPG Member Dalam Pelaksanaan <i>Price Attractiveness</i> di Sheraton Bandung Hotel & Towers	95
4.15	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i>	96
4.16	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas Pelanggan Berdasarkan <i>Behavioural</i>	99
4.17	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas Pelanggan Berdasarkan <i>Attitudinal</i>	101
4.18	Tanggapan Pelanggan SPG Member Terhadap Loyalitas Pelanggan Berdasarkan <i>Cognitive</i>	102
4.19	Rekapitulasi Tanggapan SPG Member Terhadap Loyalitas Pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Towers	104
4.20	Hasil Uji Multikolinearitas	111
4.21	Hasil Uji Autokorelasi.....	112
4.22	Correlation	113
4.23	Output Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sheraton Bandung Hotel & Towers	115
4.24	Output Anova	116
4.25	Output Koefisien Regresi	118

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Hal
1.1	Persaingan Hotel Lokal dan Hotel Internasional di Kota Bandung	4
1.2	<i>Customer Data</i> di Kota Bandung	5
2.1	Kerangka Pemikiran Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Towers melalui <i>Electronic Customer Relationship Managemnt 2.0</i>	41
2.2	Paradigma Penelitian Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Towers melalui <i>Electronic Customer Relationship Managemnt 2.0</i>	42
3.1	Regresi Berganda	67
4.1	Struktur Organisasi Sheraton Bandung Hotel & Towers	76
4.2	Garis Kontinum <i>Electronic Customer Relationship Management 2.0</i> ..	98
4.3	Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan	106
4.4	Histogram variabel Loyalitas Pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Towers	108
4.5	Normal Probability Plot	109
4.6	Scatter Plot	110

Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Winda Nur Purnamasari, 2014

Meningkatkan loyalitas pelanggan Sheraton Bandung Hotel & Tower melalui Electronic Customer Relationship Management 2.0

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu