

DAFTAR ISI

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terimakasih	iv
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Konsep Pemasaran Pariwisata	22
2.1.2 Konsep Hotel dalam Industri Pariwisata	22
2.1.3 Konsep <i>Marketing</i>	27
2.1.3.1 Konsep <i>Relationship Management</i> dalam <i>Marketing</i>	27
2.1.3.2 Konsep <i>Customer Relationship Management</i>	30
2.1.3.3 Tahapan Proses <i>Customer Relationship Management</i>	35

2.1.3.4	Kondisi Pendukung Proses <i>Customer Relationship Management</i>	39
2.1.3.5	Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	41
2.1.3.6	Tingkatan <i>Customer Relationship Management</i>	42
2.1.3.7	Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	44
2.1.3.8	Program <i>Customer Relationship Management</i>	45
2.1.4	Loyalitas Pelanggan	49
2.1.4.1	Konsep Loyalitas Pelanggan	49
2.1.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	51
2.1.4.3	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	53
2.1.4.4	Tahapan Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan	56
2.1.4.5	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	61
2.1.5	Pengaruh Program <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
2.1.6	Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	64
2.2	Kerangka Pemikiran	66
2.3	Hipotesis	74
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		77
3.1	Objek Penelitian	77
3.2	Metode Penelitian	78
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	78
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	80
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	85

3.2.4 Populasi dan Sampel	86
3.2.4.1 Populasi	86
3.2.4.2 Sampel.....	88
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	89
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	91
3.2.6.1 Pengujian Validitas	91
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	96
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	98
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	98
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	99
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis.....	108
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	110
4.1 Profil Perusahaan dan Tamu Hotel Aston Tropicana Bandung.....	110
4.1.1 Profil Perusahaan	110
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	110
4.1.1.2 Sejarah Singkat Hotel Aston Tropicana	111
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	112
4.1.2 Profil Pelanggan Hotel Aston Tropicana Bandung	119
4.1.2.1 Karakteristik Pelanggan <i>Corporate</i> Aston Tropicana Berdasarkan Jenis Perusahaan.....	119
4.1.2.2 Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Alasan Menggunakan Jasa Aston Tropicana	120

4.1.2.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Fasilitas Lain yang Digunakan selain <i>Meeting Package</i>	121
4.2	Gambaran Program <i>Customer Relationship Management</i> di Hotel Aston Tropicana	122
4.2.1	Tanggapan Pelanggan Terhadap IT <i>Infrastrcuture</i>	123
4.2.2	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>One to One Marketing</i>	124
4.2.3	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Personalization</i>	126
4.2.4	Tanggapan Pelanggan Terhadap <i>Customer Service and Support</i>	127
4.2.5	Rekapitulasi Program <i>Customer Relationship Management</i>	129
4.3	Gambaran Loyalitas Pelanggan di Hotel Aston Tropicana	130
4.3.1	Pembelian Ulang	130
4.3.2	Pembelian di Luar Lini Produk Utama.....	131
4.3.3	Merekomendasikan Kepada Orang Lain	132
4.3.4	Menunjukkan Kekebalan Terhadap Pesaing	133
4.3.5	Rekapitulasi Loyalitas Pelanggan <i>Corporate</i>	134
4.4	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Tethadap Loyalitas Pelanggan Hotel Aston Tropicana	135
4.4.1	Hasil Pengujian Asumsi Regresi	135
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas	135
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	137
4.4.1.3	Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas.....	138
4.4.1.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan	139
4.4.1.5	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Partial	140

4.4.1.6 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	142
4.4.1.7 Model Persamaan Regresi Berganda.....	143
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	144
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	144
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	145
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	146
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Rekomendasi.....	147

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Hal.
Tabel 1.1	Statistik Perkembangan Wisatawan Mancanegara di Indonesia 2004 - 2011	2
Tabel 1.2	Data Kunjungan Wisatawan Ke Akomodasi dan Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 - 2011	3
Tabel 1.3	Pertumbuhan Hotel Bintang di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 - 2011	6
Tabel 1.4	Jumlah Hotel Berbintang di kota Bandung Tahun 2009 - 2011	6
Tabel 1.5	<i>Room Occupancy</i> Hotel Aston Tropicana Bandung Tahun 2008 – 2012	8
Tabel 1.6	<i>Market Segmentation</i> Hotel Aston Tropicana Bandung Tahun 2009 – 2011	9
Tabel 1.7	<i>Revenue</i> Hotel Aston Tropicana Bandung Tahun 2009 – 2011	10
Tabel 1.8	<i>Corporate Repeater</i> Hotel Aston Tropicana Tahun 2009-2011	12
Tabel 1.9	Program <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) yang Dilakukan Hotel Aston Tropicana Pada Perusahaan	14
Tabel 2.1	Definisi <i>Marketing</i>	28
Tabel 2.2	Perspektif – Perspektif CRM	31
Tabel 2.3	Bentuk-Bentuk CRM Operasional	32
Tabel 2.4	Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	33
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	81
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	86

Tabel 3.3	<i>Corporate Repeater</i> di Hotel Aston Tropicana Bandung	87
Tabel 3.4	Tabel Hasil Pengujian Validitas Variabel X	94
Tabel 3.5	Tabel Hasil Pengujian Validitas Variabel Y	96
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reabilitas	98
Tabel 4.1	<i>Room Type</i> Aston Tropicana	113
Tabel 4.2	<i>Room Rate</i> Aston Tropicana	118
Tabel 4.3	<i>Meeting Room & Banquet Facilities</i>	118
Tabel 4.4	Pelaksanaan IT <i>Infrastructure</i> Dalam <i>Customer Relationship Management</i> di Hotel Aston Tropicana	123
Tabel 4.5	Pelaksanaan <i>One to One Marketing</i> Dalam <i>Customer Relationship Management</i> di Hotel Aston Tropicana	124
Tabel 4.6	Pelaksanaan <i>Personalization</i> Dalam <i>Customer Relationship Management</i> di Hotel Aston Tropicana	126
Tabel 4.7	Pelaksanaan <i>Customer Service and Support</i> Dalam <i>Customer Relationship Management</i> di Hotel Aston Tropicana	128
Tabel 4.8	Rekapitulasi Program <i>Customer Relationship Management</i>	129
Tabel 4.9	Pembelian Ulang Pelanggan Bisnis di Hotel Aston Tropicana	130
Tabel 4.10	Pembelian di Luar Lini Produk Utama Pelanggan Bisnis di Hotel Aston Tropicana	131
Tabel 4.11	Merekomendasikan Kepada Orang Lain Pelanggan Bisnis di Hotel Aston Tropicana	132
Tabel 4.12	Kekebalan Pelanggan Bisnis Hotel Aston Tropicana Terhadap Tarikan Pesaing	133
Tabel 4.13	Rekapitulasi Loyalitas Pelanggan Hotel Aston Tropicana	134
Tabel 4.14	One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	136
Tabel 4.15	Uji Asumsi Multikolinearitas	138
Tabel 4.16	Tabel Output ANOVA	140

Tabel 4.17	Hasil Koefisien Analisis Regresi	141
Tabel 4.18	Hasil Analisis <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	142

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Hal.
Gambar 2.1	Proses Pemasaran	29
Gambar 2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	52
Gambar 2.3	Tahapan Loyalitas Pelanggan	57
Gambar 2.4	Kerangka Berfikir	73
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian	74
Gambar 3.1	Regresi Berganda	104
Gambar 4.1	Jenis Perusahaan Pelanggan <i>Corporate</i> Hotel Aston Tropicana	119
Gambar 4.2	Alasan <i>Corporate Repeater</i> Menggunakan Jasa Hotel Aston Tropicana	120
Gambar 4.3	Fasilitas Lain yang Digunakan <i>Corporate Repeater</i> Selain <i>Meeting Room</i>	122
Gambar 4.4	<i>Customer Relationship Management</i> Di Hotel Aston Tropicana	130
Gambar 4.5	Loyalitas di Hotel Aston Tropicana	134
Gambar 4.6	Histogram Dependent Variable	135
Gambar 4.7	Normal Probability Plot	137
Gambar 4.8	Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas	139