

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 LatarBelakangPenelitian.....	1
1.2 RumusanMasalah .....	13
1.3 TujuanPenelitian.....	13
1.4 KegunaanPenelitian .....	14
1.4.1 KegunaanTeoritis .....	14
1.4.2 KegunaanPraktis.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	15
2.1 KajianPustaka.....	15
2.1.1 Konsep <i>Customer Experience</i> .....	15
2.1.1.1 <i>Customer Experience</i> dalam Industri Jasa.....	19
2.1.1.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i> .....	21
2.1.1.3 Manfaat Penerapan <i>Experiential Marketing</i> .....	22
2.1.1.4 Dimensi <i>Customer Experience</i> .....	23
2.1.2 Konsep Loyalitas Tamu .....	25

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center*

2.1.2.1 Definisi Loyalitas Tamu .....	25
2.1.2.2 Keuntungan Loyalitas Tamu .....	28
2.1.2.3 Dimensi Loyalitas Tamu.....	28
2.1.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Tamu.....	29
2.1.2.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	30
2.1.3 Pengaruh Program <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Tamu .....	31
2.1.4 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3 Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Objek Penelitian .....	42
3.2 Metode Penelitian .....	42
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian yang Digunakan .....	42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	48
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	50
3.2.4.1 Populasi .....	50
3.2.4.2 Sampel .....	50
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	51
3.2.5 Teknik Pengumpulan data .....	52
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	53
3.2.6.1 Pengujian Validitas .....	53
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	60
3.2.7 Teknik Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	62
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	62
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	63

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center*

<b>BAB IV OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	72
4.1 Profil dan <i>Member Accor Advantage Plus</i>	
Hotel Novotel Bogor .....	72
4.1.1 Profil Hotel Novotel Bogor .....	72
4.1.1.1 Identitas Perusahaan .....	72
4.1.1.2 Accor <i>Group</i> .....	72
4.1.1.3 Hotel Novotel Bogor <i>Golf Resort &amp;</i> <i>Convention Center</i> .....	73
4.1.1.4 Sejarah Hotel Novotel Bogor <i>Golf Resort &amp;</i> <i>Convention Center</i> .....	74
4.1.1.5 Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....	74
4.1.1.6 Struktur Organisasi Hotel Novotel Bogor .....	76
4.1.2 Profil <i>Member Accor Advantage Plus</i>	
Hotel Novotel Bogor .....	78
4.1.2.1 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	78
4.1.2.2 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan .....	79
4.1.2.3 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Pendapatan Perbulan dan Tipe Kamar yang Biasa Digunakan .....	80
4.1.2.4 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Asal Tinggal dan Rata-rata Lama Menginap .....	82
4.1.2.5 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Tujuan Utama Menginap dan Frekuensi Menginap .....	84
4.1.2.6 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Hotel Novotel Bogor .....	85
4.1.2.7 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan Alasan Memilih Hotel Novotel Bogor Untuk Menginap .....	86

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor  
Golf Resort Dan Convention Center*

4.2 Pelaksanaan <i>Customer Experience</i> di Hotel Novotel Bogor.....	88
4.2.1 <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Sensorial</i> .....	88
4.2.2 <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Emotional</i> .....	90
4.2.3 <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Cognitive</i> .....	92
4.2.4 <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Pragmatic</i> .....	93
4.2.5 <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Lifestyle</i> .....	95
4.2.6 <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Relational</i> .....	97

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor  
Golf Resort Dan Convention Center*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

4.2.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Member Accor Advantage</i> <i>Plus Terhadap Customer Experience</i> di Hotel Novotel Bogor.....	98
4.3 Pelaksanaan Loyalitas Tamu di Hotel Novotel Bogor .....	100
4.3.1 Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Behavioural</i> .....	101
4.3.2 Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Attitudinal</i> .....	102
4.3.3 Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Cognitive Loyalty</i> .....	103
4.3.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Member Accor Advantage</i> <i>Plus Terhadap Loyalitas Tamu</i> .....	104
4.4 Pengujian Hipotesis Statistik.....	107
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Tamu .....	107
4.5 Implikasi Hasil Temuan .....	114
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	114
4.5.2 Temuan Bersifat Empirik .....	114
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	116
5.1 Kesimpulan .....	116
5.2 Rekomendasi .....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor  
Golf Resort Dan Convention Center*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

## DAFTAR TABEL

No.Tabel	Halaman
1.1	Perkembangan Wisman Ke Indonesia Tahun 2011-2013..... 1
1.2	Tingkat <i>Occupancy</i> Hotel Bintang 4 di Kota Bogor Tahun 2013. ....4
1.3	Tingkat <i>Occupancy</i> Hotel Novotel Bogor Tahun 2011-2013 .....6
1.4	Jumlah Perusahaan dan Tamu Loyal yang Menginap Berdasarkan Segmentasi Tamu Hotel Novotel Bogor Tahun 2012-2013.....7
1.5	Target dan Tingkat Loyalitas Tamu Hotel Novotel Bogor Tahun 2011-2013.....8
1.6	Jumlah <i>Member</i> yang Menginap di Hotel Novotel Bogor Tahun 2011-2013..... 10
2.1	Definisi <i>Customer Experience</i> Menurut Para Ahli..... 17
2.2	Definisi Loyalitas Tamu Menurut Para Ahli.....25
2.3	Definisi Loyalitas Menurut Jones & Taylor..... 29
2.4	Resume Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian .....32
3.1	Operasional Variabel .....43
3.2	Jenis dan Sumber Data ..... 49
3.3	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi ..... 54
3.4	Hasil Pengujian Validitas Item Pertanyaan..... 54
3.5	Hasil Pengujian Validitas Tanpa Item yang Tidak Valid ..... 57
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas ..... 62
3.7	Alternatif Jawaban Menurut Skala Linkert ..... 63
4.1	<i>Function Room</i> ..... 76
4.2	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia..... 78
4.3	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan ..... 79

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center*

4.4	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Pendidikan Pendapatan Perbulan dan Tipe Kamar yang Biasa Digunakan .....	81
4.5	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Asal Tinggal dan Rata-rata Lama Menginap .....	82
4.6	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Tujuan Utama Menginap dan Frekuensi Menginap .....	84
4.7	Pengalaman <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Hotel Novotel Bogor .....	85
4.8	Pengalaman <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Alasan Memilih Hotel Novotel Bogor Untuk Menginap .....	87
4.9	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Sensorial</i> .....	89
4.10	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Emotional</i> .....	90
4.11	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Cognitive</i> .....	92
4.12	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Pragmatic</i> .....	94
4.13	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Lifestyle</i> .....	95
4.14	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> Berdasarkan <i>Relational</i> .....	97
4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap <i>Customer Experience</i> di Hotel Novotel Bogor .....	98
4.16	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Behavioural</i> .....	101
4.17	Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap Loyalitas Khairinnisaa, 2014  <i>Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center</i>	

Tamu Berdasarkan <i>Attitudinal</i> .....	102
4.18 Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap Loyalitas Tamu Berdasarkan <i>Cognitive Loyalty</i> .....	103
4.19 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Member Accor Advantage Plus</i> Terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Novotel Bogor .....	105
4.20 Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Customer Experience</i> Dengan Loyalitas Tamu di Hotel Novotel Bogor.....	107
4.21 Uji Keseluruhan (UJI F) .....	109
4.22 Pengujian Koefisien Jalur .....	110
4.23 Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Tamu .....	112

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor  
Golf Resort Dan Convention Center*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)



## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1.1	
Pertumbuhan Hotel Bintang di Provinsi Jawa Barat Tahun 2010 –PeriodeJanuari-Agustus2013 .....	2
1.2	
Jumlah Hotel Bintang Berdasarkan Klasifikasi Hotel di Kota Bogor Tahun 2013.....	3
1.3	
PangsaPasar Hotel Bintang 3 dan 4 di Kota Bogor Tahun 2013.....	5
1.4	
SegmentasiTamu di Hotel Novotel Bogor Tahun 2013 .....	7
2.1	
Kerangka Pemikiran <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Novotel Bogor.....	38
2.2	
Paradigma Penelitian <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Tamu di Hotel Novotel Bogor.....	39
3.1	
Struktur Kausal X dan Y .....	65
3.2	
Diagram Jalur Hipotesis .....	66
3.3	
Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	66
4.1	
Struktur Organisasi Hotel Novotel Bogor.....	77
4.2	
Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Jenis	

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor  
Golf Resort Dan Convention Center*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

	Kelamin dan Usia .....	79
4.3	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan .....	80
4.4	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Pendapatan Perbulan dan Tipe Kamar yang Biasa Digunakan .....	82
4.5	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Asal Tinggal dan Rata-rata Lama Menginap .....	83
4.6	Karakteristik <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Tujuan Utama Menginap dan Frekuensi Menginap .....	85
4.7	Pengalaman <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Hotel Novotel Bogor .....	86
4.8	Pengalaman <i>Member Accor Advantage Plus</i> Berdasarkan Alasan Memilih Hotel Novotel Bogor untuk Menginap .....	88
4.9	Garis Kontinum <i>Customer Experience</i> Hotel Novotel Bogor.....	100
4.10	Garis Kontinum Loyalitas TamuHotel Novotel Bogor.....	106
4.11	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis .....	111
4.12	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Setelah Proses <i>Trimming</i> .....	112

Khairinnisaa, 2014

*Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Melalui Customer Experience di Hotel Novotel Bogor Golf Resort Dan Convention Center*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)