

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 IdentifikasidanPerumusanMasalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB IITINJAUAN TEORITIS	
2.1 Hubungan Hotel dan <i>E-Commerce Business</i>	8
2.1.1Definisi Hotel.....	8
2.1.2 <i>Website</i> SebagaiKomunikasiPemasaran.....	8
2.1.3 Hubungan Internet denganPemesananKamar Hotel.....	11
2.2Harga.....	13
2.2.1 PengertianHarga.....	13
2.2.2 StrategiPenetapanHarga.....	14
2.2.3 MetodePenetapanHarga.....	16
2.2.4 MetodePenetapanHargaKamar Hotel.....	23
2.2.5 Persepsi Harga TerhadapNilai.....	25
2.3 KeputusanKonsumen.....	27
2.3.1 DefinisiKeputusanPembelian.....	27
2.3.2 PerananDalamPembelian.....	27

Elvin Oktavianus, 2014

*Pengaruh Harga E-Commerce Account Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu
Di Serela Hotel Riau Bandung*

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

2.3.3 Tipe-tipe Perilaku Membeli	28
2.3.4 Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	29
2.3.5 Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	30
2.4 Pengaruh Harga <i>E-Commerce Account</i> Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap	33
2.5 Hipotesis	33
2.6 Kerangka Berfikir	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	37
3.2.1 Metode Penelitian	37
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	38
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel	43
3.3.3 Teknik Sampling	45
3.4 Jenis dan Sumber Data	47
3.4.1 Data Primer	47
3.4.2 Data Sekunder	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Metode Analisis Data	49
3.6.1 Pengukuran Data	49
3.6.2 Penetapan Skala	49
3.7 Teknik Pengolahan Data	50
3.7.1 Uji Validitas	50
3.7.2 Uji Reliabilitas	52
3.7.3 <i>Method Successive Interval (MSI)</i>	54
3.8 Teknik Analisis Data	55
3.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	55

3.8.2 Uji Korelasi	56
3.8.3 Koefisien Determinasi	57
3.8.4 Rancangan Uji Hipotesis	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Lokasi Penelitian	59
4.1.1 Sejarah Singkat Serela Hotel Riau Bandung	59
4.1.2 Fasilitas Serela Hotel Riau Bandung	60
4.1.3 Profile <i>E-Commerce Account</i> Agoda	61
4.2 Karakteristik Tamu FIT, <i>Travel Agent</i> , dan <i>E-Commerce Account</i> Serela Hotel Riau Bandung	63
4.3 Tanggapan Tamu Terhadap Harga Kamar Di Serela Hotel Riau Bandung Pada <i>E-Commerce Account</i> Agoda	65
4.3.1 Harga Berdasarkan <i>Segmented Pricing</i>	67
4.3.2 Harga Berdasarkan <i>Psychological Pricing</i>	70
4.3.3 Harga Berdasarkan <i>Promotional Pricing</i>	72
4.3.4 Rekapitulasi Harga <i>E-Commerce Account</i> Agoda	74
4.4 Tanggapan Tamu Pengguna <i>Website</i> Agoda Yang Memutuskan Untuk Menginap Di Serela Hotel Riau Bandung	76
4.4.1 Keputusan Menginap Berdasarkan Merek	76
4.4.2 Keputusan Menginap Berdasarkan Pemilihan Penyalur Pemesa Kamar	78
4.4.3 Keputusan Menginap Berdasarkan Metode Pembayaran	80
4.4.4 Rekapitulasi Keputusan Menginap	83
4.5 Pengaruh Harga <i>E-Commerce Account</i> Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Serela Hotel Riau Bandung	85
4.5.1 Uji Normalitas	85
4.5.2 Analisis Korelasi	86
4.5.3 Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana	87

4.5.4 KoefisienDeterminasi	89
4.5.5 PengujianHipotesis	89
4.6 Temuan Penelitian	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Segmentation Report</i> Serela Hotel Riau Bandung Tahun 2013.....	3
Tabel 1.2 <i>E-commerce Account Segmentation Report</i> Serela Hotel Riau Bandung Tahun 2013	4
Tabel 2.1 Perspektif Mengenai <i>E-Commerce</i>	10
Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel penelitian.....	39
Tabel 3.2 Jumlah populasi FIT, <i>Travel Agent</i> , dan <i>E-Commerce Account</i> Tahun 2013	45
Tabel 3.3 Hasil pengukuran uji validitas harga <i>e-commerce account</i> Agoda.....	51
Tabel 3.4 Hasil pengukuran uji validitas keputusan menginap.....	52
Tabel 3.5 Hasil pengukuran uji realibilitas	54
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi	56
Tabel 3.7 Pedoman interpretasi koefisien determinasi	57
Tabel 4.1 Jenis-jenis dan jumlah kamar Serela Hotel Riau Bandung.....	61
Tabel 4.2 Hasil analisis <i>segmented pricing</i>	68
Tabel 4.3 Hasil analisis <i>psychological pricing</i>	70
Tabel 4.4 Hasil analisis <i>promotional pricing</i>	72
Tabel 4.5 Hasil rekapitulasi harga <i>e-commerce account</i> Agoda.....	74

Elvin Oktavianus, 2014

*Pengaruh Harga E-Commerce Account Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu
Di Serela Hotel Riau Bandung*

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

Tabel 4.6	Hasil analisis keputusan menginap berdasarkan merek	76
Tabel		
	4.7 Hasil analisis keputusan menginap berdasarkan pemilihan penyalur pemesanan kamar	78
Tabel 4.8	Hasil analisis keputusan menginap berdasarkan metode pembayaran.....	81
Tabel 4.9	Hasil rekapitulasi keputusan menginap	83
Tabel 4.10	Uji normalitas.....	85
Tabel 4.11	Koefisien korelasi Pearson.....	86
Tabel 4.12	Koefisien korelasi dan taksirannya	86
Tabel 4.13	Regresi linier sederhana.....	87
Tabel 4.14	Koefisien determinasi	89
Tabel 4.15	Uji hipotesis (Uji t).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir	35
Gambar 3.1 Denah lokasi Serela Hotel Riau Bandung	36
Gambar 4.1 Logo Kagum Hotels dan Serela Hotel Riau Bandung	59
Gambar 4.2 Logo <i>E-Commerce Account</i> Agoda	62
Gambar 4.3 Tampilan aplikasi <i>Agoda mobile</i>	62
Gambar 4.4 Tampilan <i>website</i> Agoda	63
Gambar 4.5 Usia Tamu	64
Gambar 4.6 Jenis kelamin tamu	65
Gambar 4.7 Pendidikan tamu	65
Gambar 4.8 Kota asal tamu	66
Gambar 4.9 Garis kontinum <i>segmented pricing</i>	69
Gambar 4.10 Garis kontinum <i>psychological pricing</i>	71
Gambar 4.11 Garis kontinum <i>promotional pricing</i>	73

Elvin Oktavianus, 2014

*Pengaruh Harga E-Commerce Account Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu
Di Serela Hotel Riau Bandung*

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

Gambar 4.12	Gariskontinumhargae-commerce account Agoda	75
Gambar 4.13	Gariskontinumkeputusanberdasarkanmerek	77
Gambar		
4.14	Gariskontinumkeputusanberdasarkanpemilihanpenyalu rpemesanankamar	80
Gambar 4.15	Gariskontinumkeputusanberdasarkanmetodepembayaran	82
Gambar 4.16	Gariskontinumkeputusanmenginap	84
Gambar 4.17	Garisujihipotesis (uji t).....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	KuesionerPenelitian
Lampiran 2	CodingInstrumenPenelitian
Lampiran 3	Coding HasilUjiValiditas X&Y
Lampiran 4	Coding HasilUjiRealibitas X
Lampiran 5	Coding HasilReliabilitasY
Lampiran6	BukuBimbingan
Lampiran7	SuratPenelitian
Lampiran8	SuratKeputusan