

DAFTAR ISI

Cover	
Abstrak.....	i
Abstract.....	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terima Kasih.....	iv
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 <i>Service Encounter</i>	17
2.1.1.1 <i>Service Encounter</i> dalam Pemasaran Jasa	17
2.1.1.2 Tiga Tahap dalam <i>Service Consumption</i>	23
2.1.1.3 Pengertian <i>Service Encounter</i>	25
2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Service Encounter</i>	30
2.1.1.5 Mengelola <i>Service Encounter</i> dan Kualitas Internal	33
2.1.1.6 Karakteristik <i>Service Encounter</i>	38
2.1.1.7 <i>Technology Infusion Strategy</i> pada <i>Service Encounter</i>	39
2.1.2 Konsep Loyalitas	48
2.1.2.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	51
2.1.2.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	52
2.1.2.3 Loyalitas dan Siklus Pembelian Pelanggan.....	54
2.1.2.4 jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	56
2.1.2.5 Metode Pengukuran Loyalitas	57
2.1.2.6 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	60
2.1.2.7 Keuntungan memiliki Pelanggan yang Loyal	63
2.1.3 Pengaruh <i>Service Encounter</i> terhadap Loyalitas	63
2.1.3 Resume Penelitian Sebelumnya & Orisinilitas Penelitian	66
2.2 Kerangka Pemikiran.....	68
2.3 Hipotesis	74

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	76
3.2 Metode Penelitian	76

3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	77
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	78
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	81
3.2.4	Populasi, Sampling dan Teknik Sampling	84
	3.2.4.1 Populasi.....	84
	3.2.4.2 Sampel.....	84
	3.2.4.3 Teknik Sampling.....	85
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	86
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	88
	3.2.6.1 Pengujian Validitas	88
	3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	92
3.2.7	Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	94
	3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	96
	3.2.7.2 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	99
	3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	102

BAB IV KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

4.1	Profil Perusahaan dan Tamu Individu Gumilang Regency Hotel.....	103
4.1.1	Profil Perusahaan	103
	4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	103
	4.1.1.2 Sejarah Perusahaan	104
	4.1.1.3 Struktur Organisasi Gumilang Regency Hotel	104
	4.1.1.4 Produk dan Jasa yang Ditawarkan..	105
4.1.2	Profil Tamu Individu Dilihat dari Karakteristik Demografi, Pengalaman, dan Penilaian Terhadap Gumilang Regency Hotel	105
	4.1.2.1 Karakteristik Tamu Individu Berdasarkan Demografi	105
	4.1.2.2 Jenis Tamu Individu Yang Menginap Dilihat dari Pendidikan	106
	4.1.2.3 Jenis Tamu Individu Yang Menginap Dilihat Dari Jenis Pekerjaan	107
	4.1.2.4 Jenis Tamu Individu Yang Menginap Berdasarkan Penghasilan Perbulan ..	107
	4.1.2.5 Jenis Tamu Individu Yang Menginap Berdasarkan Tempat Tinggal	108
4.1.3	Profil Tamu Individu Yang Menginap di Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Pengalaman Responden	109
	4.1.3.1 Jenis Tamu Individu Yang Menginap Berdasarkan Tujuan Menginap di Gumilang Regency Hotel	109
	4.1.3.2 Karakteristik Tamu Individu Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Informasi yang Diperoleh	110
	4.1.3.3 Karakteristik Tamu Individu Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Rata-rata Lama Menginap	111
	4.1.3.4 Karakteristik Tamu Individu Berdasarkan Alasan Tamu Menginap di Gumilang Regency Hotel	111
	4.1.3.5 Karakteristik Tamu Individu Berdasarkan Berapa Kali Menginap dalam Satu Tahun	112

4.2 Program <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	113
4.2.1 <i>Recovery</i>	114
4.2.2 <i>Adaptability</i>	116
4.2.3 <i>Spontanety</i>	117
4.2.4 <i>Coping</i>	119
4.2.5 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	120
4.3 Gambaran Loyalitas Pelanggan di Gumilang Regency Hotel	123
4.3.1 Melakukan Pembelian Berulang Secara Teratur	124
4.3.2 Membeli Antarlini Produk Dan Jasa	124
4.3.3 Merefensikan Kepada Orang Lain	125
4.3.4 Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing	126
4.3.5 Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Gumilang Regency Hotel	128
4.4 Hasil Uji Asumsi Variabel	130
4.4.1 Pengujian Asumsi Regresi	130
4.4.2 Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	133
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F).....	134
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	135
4.4.5 Model Persamaan Regresi Pengaruh <i>Service Encounter</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan di Gumilang Regency Hotel	137
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	138
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	138
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris	139

BAB IV KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

5.1 Kesimpulan	141
4.2 Rekomendasi	142

DAFTAR PUSTAKA	144
-----------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia dalam Lima Tahun Terakhir	2
1.2	Hotel Berbintang di Bandung Hotel Berbintang di Bandung	6
1.3	<i>Room Occupancy</i> 2011-2013	7
1.4	Kunjungan Tamu Gumilang Regency 2010-2013	8
1.5	Kunjungan Tamu <i>Repeater</i> Gumilang Regency 2010-2013	9
1.6	Program <i>Service Encounter</i> Gumilang Regency Hotel Bandung	13
2.1	Pengertian <i>Service Encounter</i> Menurut Para Ahli	25
2.2	Perilaku Yang Dilakukan Dan Tidak Dilakukan Dalam Pelayanan Secara Umum	45
2.3	Definisi Loyalitas Pelanggan	49
2.4	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan <i>Service Encounter</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	66
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	79
3.2	Jenis Data dan Sumber Data	83
3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi	89
3.4	Hasil Pengujian Validitas X (<i>Service Encounter</i>)	90
3.5	Hasil Pengujian Validitas Y (Loyalitas)	92
3.6	Hasil Pengujian Realibilitas	94
3.7	Skor Alternatif Jawaban	96
4.1	Harga Kamar Gumilang Regency Hotel	105
4.2	Karakteristik Tamu Individu Hotel Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	106

4.3	Jenis Tamu Individu Berdasarkan Pendidikan	106
4.4	Jenis Tamu Individu Berdasarkan Tempat Tinggal	108
4.5	Jenis Tamu Individu Berdasarkan Pengalaman Responden di Gumilang Regency Hotel	109
4.6	Karakteristik Tamu Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Sumber Informasi yang Diperoleh	110
4.7	Karakteristik Tamu Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Rata-rata Lama Tamu Menginap	111
4.8	Jenis Tamu Individu Berdasarkan Alasan Menginap di Gumilang Regency Hotel	112
4.9	Jenis Tamu Individu Berdasarkan Frekuensi Menginap di Gumilang Regency Hotel	113
4.10	Pelaksanaan <i>Recovery</i> Dalam <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	114
4.11	Pelaksanaan <i>Adaptability</i> dalam <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	116
4.12	Pelaksanaan <i>Spontanety</i> dalam <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	118
4.13	Pelaksanaan <i>Coping</i> dalam <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	119
4.14	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Service Encounter</i> di Gumilang Regency Hotel	121
4.15	Tanggapan Pelanggan Gumilang Regency Hotel Terhadap Frekuensi Pelanggan Untuk Melakukan Pembelian Uang	124
4.16	Pembelian Antar Lini Produk dan Jasa dalam Loyalitas	125
4.17	Mereferensikan dan Mengajak Orang Lain dalam Loyalitas	126
4.18	Tanggapan Pelanggan Gumilang Regency Hotel Terhadap Kekebalan Pelanggan Pada Tarikan Pesaing	127
4.19	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan di Gumilang Regency Hotel	128
4.20	Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas	133

4.21	Output Pengaruh <i>Service Encounter</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	134
4.22	Output ANOVA	135
4.23	Hasil Uji Koefisien Regresi	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Jawa Barat	4
2.1	Elemen <i>People, Process, Dan Phisycal Evidence</i> Dalam Bauran Pemasaran Jasa	20
2.2	<i>Service Encounter Triad</i>	32
2.3	<i>Service Profit Chain</i>	34
2.4	<i>Blueprint Service</i> Hotel Berbintang	37
2.5	Peranan Teknologi Dalam <i>Service Encounter</i>	40
2.6	Faktor-Faktor Post-Purchase Phase	49
2.7	Profit Generator System	54
2.8	Kerangka Pemikiran	73
2.9	Paradigma Penelitian Upaya Mempertahankan Loyalitas	74
3.1	Regresi Berganda	102
4.1	Struktur Organisasi Manajemen	104
4.2	Jenis Tamu Individu Gumilang Regency Hotel Berdasarkan Pekerjaan	107
4.3	Jenis Tamu Individu Berdasarkan Penghasilan	108
4.4	Garis Kontinum <i>Service Encounter</i> Di Gumilang Regency	122
4.5	Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan Di Gumilang Regency	129
4.6	Histogram Dependent Variabel Loyalitas Pelanggan	130
4.7	Normal Probability Plot	131
4.8	Uji Asumsi Heterokedasitas	132

