

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR HAK CIPTA</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
<b>DAN HIPOTESIS</b> .....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Price Fairness</i> .....	12
2.1.1.1 <i>Price</i> Bagian Dari Bauran Pemasaran Jasa.....	12
2.1.1.2 Strategi Penetapan Harga.....	16
2.1.1.3 Tujuan Penetapan Harga.....	17
2.1.1.4 Metode Penetapan Harga .....	18
2.1.1.5 <i>Price Fairness</i> Dalam Strategi Penetapan Harga .....	20
2.1.1.6 Definisi <i>Price Fairness</i> .....	23
2.1.1.7 Konsep dan Dimensi <i>Price Fairness</i> .....	24
2.1.1.8 Konsep Hotel Dalam Kepariwisataaan.....	27
2.1.2 Keputusan Menginap Tamu .....	28
2.1.2.1 Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	28

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	29
2.1.2.3 Tipe-tipe Perilaku Dalam Keputusan Pembelian.....	30
2.1.2.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	31
2.1.2.5 Definisi Keputusan Pembelian .....	33
2.1.3 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu Dan Orisinalitas Penelitian .....	37
2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	46
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Objek Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian .....	49
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	49
3.2.2 Operasional Variabel .....	50
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	54
3.2.4.1 Populasi.....	54
3.2.4.2 Sampel .....	55
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	56
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas .....	57
3.2.6.1 Pengujian Validitas .....	57
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas .....	60
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	62
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data.....	62
3.2.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	62
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis .....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Perusahaan dan Tamu <i>Free Individual Traveler</i> Bilique Hotel .....	68
4.1.1 Profil Perusahaan .....	68
4.1.1.1 Identitas Perusahaan .....	68
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	68

4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....	69
4.1.1.4 Struktur Organisasi Bilique Hotel .....	72
4.1.2 Profil Tamu <i>Free Individual Traveler</i> Bilique Hotel .....	74
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	74
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	75
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Asal Tinggal .....	76
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	76
4.1.3 Pengalaman Responden Yang Menginap Di Bilique Hotel .....	77
4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	77
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menginap .....	78
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Yang Menginap .....	78
4.1.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Tipe Kamar Hunian .....	79
4.1.3.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menginap .....	79
4.2 Tanggapan Tamu Terhadap <i>Price Fairness</i> di Bilique Hotel.....	80
4.2.1 Tanggapan Tamu Terhadap <i>Distributive Fairness</i> di Bilique Hotel .....	80
4.2.2 Tanggapan Tamu Terhadap <i>Consistency</i> di Bilique Hotel.....	82
4.2.3 Tanggapan Tamu Terhadap <i>Pricing Honesty</i> di Bilique Hotel.....	83
4.2.4 Tanggapan Tamu Terhadap <i>The Right of Influence and</i> <i>Co-determination</i> di Bilique Hotel.....	85
4.2.5 Tanggapan Tamu Terhadap <i>Fair Dealing</i> di Bilique Hotel.....	86
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Terhadap <i>Price Fairness</i> di Bilique Hotel.....	88
4.3 Tanggapan Tamu Terhadap Keputusan Menginap Di Bilique Hotel.....	90
4.3.1 Tanggapan Tamu Terhadap Spesifikasi Produk di Bilique Hotel.....	90
4.3.2 Tanggapan Tamu Terhadap Waktu Pembelian di Bilique Hotel.....	91
4.3.3 Tanggapan Tamu Terhadap Jumlah Pembelian di Bilique Hotel.....	92
4.3.4 Tanggapan Tamu Terhadap Metode Pembayaran di Bilique Hotel.....	93
4.3.5 Tanggapan Tamu Terhadap Pemilihan Saluran Distribusi di Bilique Hotel...	93
4.3.6 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Terhadap Keputusan Menginap di Bilique Hotel.....	94
4.4 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Keputusan Menginap di Bilique Hotel.....	96
4.4.1 Hasil Uji Asumsi.....	96

4.4.2 Uji Korelasi Dan Koefisien Determinasi.....	101
4.4.3 Uji Signifikansi Secara Simultan.....	102
4.4.4 Uji Signifikansi Secara Parsial.....	102
4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda.....	105
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	107
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	107
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>110</b>
5.1 Kesimpulan .....	110
5.2 Rekomendasi .....	111

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Hotel, Kamar dan Tempat Tidur di Jawa Barat Tahun 2010-2013 .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Hotel Berbintang di Kota Bandung Tahun 2008-2013 .....	3
Tabel 1.3 Prosentase Hunian Kamar Hotel-Hotel Bintang Tiga Di Wilayah Bandung Utara Tahun 2011-2013... ..	4
Tabel 1.4 Hunian Kamar Dan Jumlah Tamu Bilique Hotel Tahun 2010-2013 .....	4
Tabel 1.5 <i>Room Revenue</i> Bilique Hotel Tahun 2010-2013 .....	5
Tabel 1.6 Segmentasi Dan Jumlah Tamu FIT Bilique Hotel Tahun 2010- 2013.....	6
Tabel 1.7 Daftar Harga Kamar Penyesuaian Bilique Hotel Tahun 2014.....	7
Tabel 1.8 Rata-Rata Harga Kamar Bilique Hotel Beserta Pesaingnya Tahun 2013.....	8
Tabel 1.9 Implementasi <i>Price Fairness</i> di Bilique Hotel.....	10
Tabel 2.1 Definisi <i>Price Fairness</i> Menurut Beberapa Ahli Pemasaran .....	23
Tabel 2.2 Tipe-tipe Perilaku Pembelian .....	30
Tabel 2.3 Resume Hasil Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	50
Tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data .....	53
Tabel 3.3 Segmentasi dan Jumlah Tamu <i>Free Individual Traveler</i> Bilique Hotel.....	54
Tabel 3.4 Pedoman Dalam Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	57
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian .....	58
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	74

Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Asal Tinggal.....	76
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	76
Tabel 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	77
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menginap .....	78
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Orang Yang Menginap.....	78
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Tipe Kamar Hunian .....	79
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menginap.....	79
Tabel 4.10	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Distributive Fairness</i> di Bilique Hotel .....	81
Tabel 4.11	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Consistency</i> di Bilique Hotel .....	82
Tabel 4.12	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Pricing Honesty</i> di Bilique Hotel .....	84
Tabel 4.13	Tanggapan Tamu Terhadap <i>The Right of Influence and Co-determination</i> di Bilique Hotel.....	85
Tabel 4.14	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Fair Dealing</i> di Bilique Hotel .....	87
Tabel 4.15	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Terhadap <i>Price Fairness</i> Di Bilique Hotel.....	88
Tabel 4.16	Tanggapan Tamu Terhadap Spesifikasi Produk di Bilique Hotel .....	90
Tabel 4.17	Tanggapan Tamu Terhadap Saluran Distribusi di Bilique Hotel .....	91
Tabel 4.18	Tanggapan Tamu Terhadap Waktu Pembelian di Bilique Hotel.....	92
Tabel 4.19	Tanggapan Tamu Terhadap Jumlah Pembelian di Bilique Hotel.....	93
Tabel 4.20	Tanggapan Tamu Terhadap Metode Pembayaran di Bilique Hotel .....	93
Tabel 4.21	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Bilique Hotel.....	94
Tabel 4.22	Hasil Uji Multikolinearitas .....	100
Tabel 4.23	Hasil Uji Autokorelasi .....	101

Tabel 4.24 <i>Output</i> Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu.....	101
Tabel 4.25 <i>Output</i> ANOVA.....	102
Tabel 4.26 <i>Output</i> Koefisien Regresi .....	103
Tabel 4.27 Besarnya Kontribusi Determinasi Tiap Variabel <i>Price Fairness</i> .....	105

Wakhdan Irbadi, 2014

***PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU BILIQUE HOTEL BANDUNG (survey pada tamu free individual traveler yang menginap di bilique hotel)***

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