

DAFTAR ISI

Halaman

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Konsep <i>Price Fairness</i> dalam Pemasaran Pariwisata	12
2.1.1.1 Konsep Pemasaran Pariwisata.....	12
2.1.1.2 Konsep <i>Price Fairness</i>	16
2.1.1.3 Proses Analisis Harga Konsumen	21
2.1.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Price Fairness</i>	28
2.1.1.5 Konsep Usaha Pariwisata	34
2.1.2 Konsep Kepuasan Penumpang	36
2.1.2.1 Pengukuran Kepuasan Penumpang	38
2.1.2.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Penumpang.....	39
2.1.3 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Kepuasan Penumpang.....	40
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	47
2.2 Kerangka Pemikiran	50
2.3 Hipotesis.....	54
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	57
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	57
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	58
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	62
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	62
3.2.4.1 Populasi	62
3.2.4.2 Sampel	63
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	63
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	64

Masroulina, 2014

Pengaruh Price Fairness Terhadap Kepuasan (Survey Pada Wisatawan Member Garudamiles Di Bandung)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	65
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	70
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	71
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Statistik Deskriptif	72
3.2.7.2 Rancangan Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
3.2.7.3 Rancangan Pengujian Hipotesis	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Penumpang Garuda Indonesia Bandung	75
4.1.1 Profil Perusahaan.....	75
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	75
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	77
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	78
4.1.1.4 Pemasaran dan Penjualan Garuda Indonesia.....	81
4.1.2 Profil Responden Penumpang Garuda Indonesia Bandung.....	83
4.1.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Jenis Kelamin dan Usia	83
4.1.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi, Daerah Asal dan Pendapatan Rumah Tangga.....	88
4.1.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Sumber Dana Pembelian Tiket, dan Rata-rata Penerbangan dalam Setahun	88
4.1.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Sumber Dana Pembelian Tiket, dan Rata-rata Jumlah Pembelian Tiket dalam Sekali Penerbangan	91
4.1.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Jenis Fasilitas GarudaMiles yang sering Digunakan dan Lamanya Menjadi Member.....	92
4.1.2.6 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Jenis Reward GarudaMiles yang paling diinginkan dan Lamanya Menjadi Member.....	94
4.1.2.7 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Persepsi terhadap program GarudaMiles dan Lamanya Menjadi Member.....	95
4.2 Persepsi <i>Price Fairness</i> Penumpang Garuda Indonesia Bandung	97
4.2.1 <i>Treatment Experience</i>	97
4.2.2 <i>Price Knowledge</i>	99
4.2.3 <i>Price Expectation</i>	100
4.2.4 <i>Price Information</i>	101
4.2.5 Analisis Deskriptif <i>Price Fairness</i> Penumpang Garuda Indonesia Bandung	103
4.3 Kepuasan Penumpang Garuda Indonesia Bandung.....	106
4.4 Pengukuran Pengaruh Dimensi <i>Price Fairness</i> terhadap Kepuasan Penumpang	112
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Dasar Regresi.....	112
4.4.1.1 Uji Normalitas Data.....	112
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas	114
4.4.1.3 Uji Multikolinearitas Data	115
4.4.1.4 Uji Autokorelasi Data	117
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	118

4.4.2.1 Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Treatment Experience</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X1Y}).....	119
4.4.2.2 Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Price Knowledge</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X2Y}).....	119
4.4.2.3 Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Price Expectation</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X3Y}).....	119
4.4.2.4 Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Price Information</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X4Y}).....	120
4.4.2.1 Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Treatment Experience, Price Knowledge, Price Expectation</i> dan <i>Price Information</i> Secara Serentak Terhadap Kepuasan Penumpang ($KD_{X1X2X3X4Y}$).....	120
4.4.3 Pengujian Korelasi.....	121
4.5 Analisis Regresi Linier	122
4.6 Uji Hipotesis.....	133
4.7 Implikasi Temuan Penelitian.....	134
4.7.1 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	134
4.7.2 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Rekomendasi	138
5.2.1 Perumusan Tujuan.....	138
5.2.2 Pemetaan Strategi	138
5.2.3 Operasionalisasi Strategi dan Rencana Tindakan.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	142
LAMPIRAN.....	150

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kontribusi Angkutan Udara Terhadap PDB Pariwisata Indonesia 2010-2012	3
Tabel 1.2 Jumlah Penumpang dan Pangsa Pasar Garuda Indonesia Tahun 2009-2012.....	4
Tabel 1.3 <i>Customer Satisfaction Index</i> Garuda Indonesia 2008-2012.....	6
Tabel 1.4 Jumlah Kasus dan Jenis Keluhan Penumpang Garuda Indonesia Periode September 2013	8
Tabel 2.1 Definisi <i>Price Fairness</i> Menurut Para Ahli	18
Tabel 2.2 Definisi Kepuasan Menurut Para Ahli	37
Tabel 2.3 Penelitian yang Berkaitan dengan <i>Price Fairness</i> dan Perilaku Konsumen Dalam Industri Pariwisata.....	47
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	58
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	62
Tabel 3.3 Ringkasan Adaptasi Instrumen Penelitian	65
Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	67
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	68
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	71
Tabel 4.1 Jenis Responde Member GarudaMiles.....	84
Tabel 4.2 Jenis Keanggotaan GarudaMiles.....	84
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Jenis Kelamin dan Usia.....	86
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi, Daerah Asal dan Pendapatan Rumah Tangga per Bulan	88
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Sumber Dana dan Frekuensi Penerbangan dalam Setahun	89
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Sumber Dana dan Rata-rata Jumlah Tiket dalam Sekali Penerbangan	91
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Jenis Fasilitas GarudaMiles yang Sering Digunakan dan Lamanya Menjadi Member	92
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Jenis <i>Reward</i> GarudaMiles yang Paling Diinginkan dan Lamanya Menjadi Member	94
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles, Persepsi Terhadap Program GarudaMiles dan Lamanya Menjadi Member.....	95
Tabel 4.10 <i>Treatment Experience</i> Responden dalam <i>Price Fairness</i> Garuda Indonesia Bandung	98
Tabel 4.11 <i>Price Knowledge</i> Responden dalam <i>Price Fairness</i> Garuda Indonesia Bandung	99
Tabel 4.12 <i>Price Expectation</i> Responden dalam <i>Price Fairness</i> Garuda Indonesia Bandung ..	100
Tabel 4.13 <i>Price Information</i> Responden dalam <i>Price Fairness</i> Garuda Indonesia Bandung ..	102
Tabel 4.14 Rekapitulasi Dimensi <i>Price Fairness</i> Penumpang Garuda Indonesia Bandung.....	103
Tabel 4.15 <i>Price Fairness</i> Garuda Indonesia Bandung	106
Tabel 4.16 Rekapitulasi Dimensi Kepuasan Penumpang Garuda Indonesia Bandung.....	107
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Penumpang Garuda Indonesia Bandung ...	109

Tabel 4.18	Kepuasan Penumpang Garuda Indonesia Bandung	111
Tabel 4.19	Pengujian Normalitas Data	112
Tabel 4.20	Pengujian Multikolinearitas Data.....	116
Tabel 4.21	Koefisien Korelasi Antar Variabel Bebas	116
Tabel 4.22	Koefisien Eigenvalue Antar Variabel Bebas	117
Tabel 4.23	Koefisien Durbin-Watson Antar Variabel Bebas.....	118
Tabel 4.24	Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Treatment Experience</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X_1Y})	119
Tabel 4.25	Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Price Knowledge</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X_2Y})	119
Tabel 4.26	Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Price Expectation</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X_3Y})	119
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Price Information</i> Terhadap Kepuasan Penumpang (KD_{X_4Y})	120
Tabel 4.28	Koefisien Determinasi Pengaruh <i>Treatment Experience, Price Knowledge, Price Expectation</i> dan <i>Price Information</i> Secara Serentak Terhadap Kepuasan Penumpang ($KD_{X_1X_2X_3X_4Y}$)	120
Tabel 4.29	Hasil Analisis Korelasi Bivariat <i>Price Fairness</i> Terhadap Kepuasan Penumpang .	121
Tabel 4.30	Hasil Analisis Varian TE (X_1) Terhadap KP (Y).....	123
Tabel 4.31	Hasil Regresi Linier Variabel TE (X_1) Terhadap KP (Y).....	123
Tabel 4.32	Hasil Analisis Varian PK (X_2) Terhadap KP (Y)	124
Tabel 4.33	Hasil Regresi Linier Variabel PK (X_2) Terhadap KP (Y).....	125
Tabel 4.34	Hasil Analisis Varian PE (X_3) Terhadap KP (Y).....	126
Tabel 4.35	Hasil Regresi Linier Variabel PE (X_3) Terhadap KP (Y)	126
Tabel 4.36	Hasil Analisis Varian PI (X_4) Terhadap KP (Y)	127
Tabel 4.37	Hasil Regresi Linier Variabel PI (X_4) Terhadap KP (Y)	128
Tabel 4.38	<i>Descriptive Statistic</i>	129
Tabel 4.39	Koefisien Determinasi (R)	130
Tabel 4.40	ANOVA	130
Tabel 4.41	Hasil Uji Statistik t.....	131
Tabel 4.42	Hasil Pengujian Hipotesis Statistik.....	133
Tabel 5.1	Pemetaan Strategi.....	138
Tabel 5.2	Operasionalisasi Strategi dan Rencana Tindakan	139

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Mode Transportasi Wisatawan	3
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Penumpang Garuda Indonesia Periode 2004-2012	5
Gambar 1.3 Jumlah Kasus Keluhan Garuda Indonesia Tahun 2008-2012.....	7
Gambar 2.1 Komponen 8P Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.2 <i>Example of The Marketing Mix in Travel and Tourism</i>	16
Gambar 2.3 Bagan Analisis Konsumen: Isu-isu Strategi Penetapan Harga.....	21
Gambar 2.4 Model Konseptual Pemrosesan Kognitif Dari Informasi Harga	23
Gambar 2.5 <i>The Price Fairness Model</i>	31
Gambar 2.6 Model Proses Ganda Pengaruh Sumber Informasi dan Perubahan Harga Terhadap Persepsi Ketidakwajaran Harga.....	33
Gambar 2.7 <i>Dimensions of Price Satisfaction</i>	42
Gambar 2.8 <i>An Integrated Model of Price Fairness, Satisfaction and Loyalty</i>	46
Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran Penelitian Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Garuda Indonesia	53
Gambar 2.10 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Garuda Indonesia	54
Gambar 3.1 Regresi Berganda.....	73
Gambar 4.1 Jenis Responden Penumpang Member GarudaMiles	86
Gambar 4.2 Profil Responden Penumpang Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	87
Gambar 4.3 Profil Responden Penumpang Berdasarkan Profesi dan Pendapatan Rumah Tangga Per Bulan	89
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keanggotaan GarudaMiles dan Sumber Dana	90
Gambar 4.5 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Fasilitas GarudaMiles yang Sering Digunakan.....	93
Gambar 4.6 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis <i>Reward</i> GarudaMiles yang Paling Diinginkan	95
Gambar 4.7 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapat Mengenai Menjadi Member GarudaMiles.....	96
Gambar 4.8 Grafik Analisis Statistik Deskriptif 4 Dimensi <i>Price Fairness</i> Penumpang Garuda Indonesia Bandung	105
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>Price Fairness</i> Garuda Indonesia Bandung.....	106
Gambar 4.10 Garis Kontinum Kepuasan Penumpang Garuda Indonesia Bandung	111
Gambar 4.11 Grafik Histogram Normalitas	113
Gambar 4.12 Grafik <i>Normal P-Plot Regression Standardized Residual</i>	114
Gambar 4.13 Grafik Penyebaran Dari Residual Regresi.....	115
Gambar 4.14 Grafik Persamaan Regresi Linier Variabel TE (X ₁) Terhadap KP (Y)	124
Gambar 4.15 Grafik Persamaan Regresi Linier Variabel PK (X ₂) Terhadap KP (Y)	125
Gambar 4.16 Grafik Persamaan Regresi Linier Variabel PE (X ₃) Terhadap KP (Y)	127
Gambar 4.17 Grafik Persamaan Regresi Linier Variabel PI (X ₄) Terhadap KP (Y)	128