

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR..... i

UCAPAN TERIMA KASIH ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... xi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian..... 11

1.4 Kegunaan Penelitian..... 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

..... 13

2.1. Kajian Pustaka 13

2.1.1 Konsep Kepariwisataaan 13

2.1.2 Konsep Hotel 14

2.1.2.1. Definisi Hotel 14

2.1.2.2. Klasifikasi Hotel..... 16

2.1.2.3. Segmentasi Industri Perhotelan 20

2.1.3 Konsep *Customer Experience* 21

2.1.3.1. *Customer Experience* Dalam Pemasaran Jasa 21

2.1.3.2. Definisi *Customer Experience*..... 23

2.1.3.3. Dimensi *Customer Experience* 25

Cynthia Asrivionny Adytia, 2014

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG :Survei pada wisatawan sebagai Individual First Timer Guest The Trans Luxury Hotel Bandung

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

2.1.4	Konsep <i>Revisit Intention</i>	32
2.1.4.1.	Definisi <i>Revisit Intention</i>	32
2.1.4.2.	Dimensi <i>Revisit Intention</i>	34
2.1.5	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	35
2.1.6	Orisinalitas Penelitian.....	36
2.2.	Kerangka Pemikiran	38
2.3.	Hipotesis	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Objek Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian.....	45
3.2.1	Jenis Penelitian Dan Metode Yang Digunakan	45
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.3	Sumber dan Cara Penentuan Data	52
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	53
3.2.4.1	Populasi	53
3.2.4.2	Sampel	54
3.2.4.3	Teknik Sampling	55
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	56
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.2.6.1.	Pengujian Validitas.....	57
3.2.6.2.	Pengujian Reliabilitas.....	62
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	64
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	64
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	65
3.2.7.3	Rancangan Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.2.7.4	Pengujian Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		72
4.1.	Profil Perusahaan dan Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung	72
4.1.1	Profil The Trans Luxury Hotel Bandung.....	72

4.1.1.1	Identitas Perusahaan	72
4.1.1.2	Sejarah Singkat The Trans Luxury Hotel Bandung	72
4.1.1.3	Klasifikasi The Trans Luxury Hotel Bandung	73
4.1.1.4	Segmentasi The Trans Luxury Hotel Bandung	75
4.1.1.5	Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	75
4.1.2	Profil Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung	79
4.1.2.1	Profil Tamu Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.1.2.2	Profil Tamu Berdasarkan Usia	80
4.1.2.3	Profil Tamu Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Per Bulan	81
4.1.2.4	Profil Tamu Berdasarkan Asal Tinggal.....	82
4.1.2.5	Profil Tamu Berdasarkan Lamanya Waktu Menginap dan Biaya yang Dikeluarkan Pada Saat Menginap.....	83
4.1.2.6	Profil Tamu Berdasarkan Informasi Mengenai Hotel	84
4.2.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Experience</i> pada The Trans Luxury Hotel Bandung.....	84
4.2.1	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Physical Environment</i>	85
4.2.2	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Social Interaction</i>	91
4.2.3	Rekapitulasi Dimensi <i>Customer Experience</i>	95
4.3.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i> di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	97
4.4.	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> The Trans Hotel Bandung.....	100
4.4.1	Hasil Pengujian Asumsi Regresi	100
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	100
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	102
4.4.1.3	Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas	103
4.4.1.4	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	104
4.4.1.5	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Simultan (Uji F) ...	105

4.4.1.6	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	106
4.4.1.7	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	107
4.5.	Implikasi Hasil Penelitian.....	107
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	107
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	108
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		111
5.1.	Kesimpulan.....	111
5.2.	Rekomendasi	112
DAFTAR PUSTAKA.....		114
LAMPIRAN.....		119
RIWAYAT HIDUP		169

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Hotel Berbintang di Bandung Tahun 2009-2013	2
Tabel 1.2	Daftar Hotel Bintang 5 di Kota Bandung Tahun 2013.....	2
Tabel 1.3	Tingkat Hunian Kamar The Trans Luxury Hotel Bandung Periode Mei 2012-Desember 2013.....	3
Tabel 1.4	Implementasi <i>Customer Experience</i> di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	9
Tabel 2.1	Definisi Hotel.....	15
Tabel 2.2	Klasifikasi Hotel Berbintang di Indonesia.....	18
Tabel 2.3	Definisi <i>Customer Experience</i>	23
Tabel 2.4	Definisi <i>Repurchase Intention</i>	32
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	47
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	53
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Validitas <i>Customer Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i>	59
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Customer Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i>	63
Tabel 3.5	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden Digunakan Untuk Analisis Deskriptif.....	65

Tabel 3.6	Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 4.1	Tipe Kamar The Trans LuxuryHotel Bandung.....	75
Tabel 4.2	<i>Food and Beverage Outlet</i> The Trans Luxury Hotel Bandung...	76
Tabel 4.3	<i>Meeting Rooms dan Ballrooms</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	77
Tabel 4.4	Fasilitas Lain pada The Trans Luxury Hotel Bandung.....	78
Tabel 4.5	Pembagian Tamu Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Per Bulan.....	81
Tabel 4.6	Pembagian Tamu Berdasarkan Asal Tinggal.....	82
Tabel 4.7	Pembagian Tamu Berdasarkan Lamanya Waktu Menginap dan Biaya yang Dikeluarkan pada Saat Menginap.....	83
Tabel 4.8	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Physical Environment</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	85
Tabel 4.9	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Social Interaction</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	92
Tabel 4.10	Rekapitulasi Dimensi <i>Customer Experience</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	96
Tabel 4.11	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Revisit Intention</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	98
Tabel 4.12	Hasil Uji Asumsi Multikolineritas.....	103
Tabel 4.13	Hasil Analisis Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	104
Tabel 4.14	Hasil <i>Output</i> ANOVA.....	105

Tabel 4.15	Hasil Analisis Koefisien Regresi.....	106
------------	---------------------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Perbandingan Jumlah Tamu Individual Berdasarkan Frekuensi Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Periode Mei 2012-Desember 2013.....	4
Gambar 2.1	<i>Development in Marketing</i>	21
Gambar 2.2	<i>Stages in Customer Decision Making and Evaluation of Services</i>	22
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	41
Gambar 2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	42
Gambar 3.1	Regresi Linier Berganda.....	69
Gambar 4.1	Pembagian Tamu Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Gambar 4.2	Pembagian Tamu Berdasarkan Usia.....	81
Gambar 4.3	Pembagian Tamu Berdasarkan Asal Informasi yang Didapatkan.....	84
Gambar 4.4	Garis Kontinum <i>Physical Environment</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	91
Gambar 4.5	Garis Kontinum <i>Social Interaction</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	95
Gambar 4.6	Garis Kontinum <i>Customer Experience</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	97

Cynthia Asrivionny Adytia, 2014

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG :Survei pada wisatawan sebagai *Individual First Timer Guest* The Trans Luxury Hotel Bandung

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

Gambar 4.7	Garis Kontinum <i>Revisit Intention</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	100
Gambar 4.8	Histogram <i>Dependent Variable Revisit Intention</i> The Trans Luxury Hotel Bandung.....	101
Gambar 4.9	<i>Normal Probability Plot</i>	102
Gambar 4.10	Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas.....	103