

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Konsep <i>Service Convenience</i> dalam Pemasaran Hotel.....	15
2.1.1.1 Definisi <i>Service Convenience</i>	21
2.1.1.2 Dimensi <i>Service Convenience</i>	23
2.1.2 Konsep Hotel Bagian dari Pariwisata.....	25
2.1.2.1 Klasifikasi Hotel	28
2.1.3 <i>Behavioral Intention</i>	29
2.1.3.1 Konsep <i>Behavioral Intention</i>	29
2.1.3.2 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	32
2.1.3.3 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	33
2.1.4 Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	35
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	35
2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
2.3 Hipotesis.....	43
BAB III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
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	46
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	52
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	52
3.2.4.1	Populasi.....	54
3.2.4.2	Sampel.....	54
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	55
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	58
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	63
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	64
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	65
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	66
3.2.7.3	Pengujian Hipotesis.....	67
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan dan Tamu Grand Pacific Hotel Bandung	74
4.1.1	Profil Perusahaan.....	74
4.1.1.1	Identitas Perusahaan.....	74
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	75
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan Grand Pacific Hotel Bandung.....	75
4.1.1.4	Struktur Organisasi Grand Pacific Hotel Bandung	82
4.1.2	Profil Responden yang Menginap di Grand Pacific Hotel Bandung.....	83
4.1.2.1	Profil Responden Grand Pacific Hotel Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	83
4.1.2.2	Profil Responden Grand Pacific Hotel Bandung Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tertinggi dan Pekerjaan.....	84

4.1.2.3	Profil Responden Grand Pacific Hotel Bandung Berdasarkan Penghasilan dan Asal Tinggal.....	85
4.1.2.4	Profil Responden Grand Pacific Hotel Bandung Berdasarkan Informasi yang Diperoleh dan Tujuan Menginap.....	87
4.1.2.5	Profil Responden Grand Pacific Hotel Bandung Berdasarkan Jenis Kamar dan Pengeluaran.....	89
4.2	Tanggapan Tamu yang Menginap Terhadap Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung	90
4.2.1	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Access Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	90
4.2.2	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Selection Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	93
4.2.3	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Assurance Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	96
4.2.4	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Transaction Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	100
4.3	Tanggapan Tamu yang Menginap Terhadap Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i> di Grand Pacific Hotel Bandung	101
4.3.1	Tanggapan Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	101
4.4	Pengaruh Penerapan <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	104
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
4.5.1	Pembahasan Hasil Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Service Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	111
4.5.2	Pembahasan Hasil Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	114
4.5.3	Pembahasan Pengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	116
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	118

4.6.1	Temuan yang Bersifat Teoritik.....	118
4.6.2	Temuan yang Bersifat Empirik.....	119

BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Rekomendasi.....	120

DAFTAR PUSTAKA.....	123
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Peringkat Kunjungan Pariwisata di Dunia dan Asia Tenggara.....	1
TABEL 1.2	Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2008-2012.....	2
TABEL 1.3	Pertumbuhan Hotel Bintang dan Non-Bintang di Seluruh Wilayah Indonesia.....	3
TABEL 1.4	Pertumbuhan Hotel Berbintang di Kota Bandung	4
TABEL 1.5	Jumlah <i>Room Sold</i> dan Tingkat <i>Occupancy</i> di Grand Pacific Hotel Bandung 2011-2013.....	6
TABEL 1.6	<i>Segment Market</i> di Grand Pacific Hotel Bandung 2011-2013.....	7
TABEL 1.7	Tingkat Tamu <i>Repeater</i> Grand Pacific Hotel Bandung 2011- 2013.....	8
TABEL 2.1	Dimensi <i>Service Convenience</i>	23
TABEL 2.2	Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	33
TABEL 2.3	Penelitian Terdahulu Berkaitan dengan Pengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang Menginap di Grand Pacific Hotel Bandung.....	36
TABEL 3.1	Operasional Variabel.....	47
TABEL 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	53
TABEL 3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	57
TABEL 3.4	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	60
TABEL 3.5	Hasil Pengujian Validitas.....	60
TABEL 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	64
TABEL 3.7	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden Digunakan Untuk Analisis Deskriptif	66
TABEL 4.1	Jenis dan Harga Kamar.....	76
TABEL 4.2	<i>Function Room</i> Grand Pacific Hotel Bandung.....	80
TABEL 4.3	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	83

TABEL 4.4	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Pendidikan Tertinggi dan Pekerjaan	84
TABEL 4.5	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Penghasilan dan Asal Tinggal.....	86
TABEL 4.6	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Informasi yang Diperoleh dan Tujuan Menginap.....	87
TABEL 4.7	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Jenis Kamar dan Pengeluaran.....	89
TABEL 4.8	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Access Convenience</i>	91
TABEL 4.9	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Selection Convenience</i>	94
TABEL 4.10	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Assurance Convenience</i>	97
TABEL 4.11	Tanggapan Pelaksanaan <i>Service Convenience</i> Berdasarkan <i>Transaction Convenience</i>	100
TABEL 4.12	Tanggapan Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i>	102
TABEL 4.13	Matriks Korelasi Antara Sub Variabel <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	104
TABEL 4.14	Uji Keseluruhan/Simultan (Uji F).....	106
TABEL 4.15	Pengaruh Simultan <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	106
TABEL 4.16	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	107
TABEL 4.17	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Setelah Menggunakan <i>Trimming</i>	110
TABEL 4.18	Pengaruh Langsung Antara <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	111
TABEL 4.19	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu Terhadap <i>Service Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	112

TABEL 4.20 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	115
---	-----

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	<i>Market Share Competitor</i> Grand Pacific Hotel Bandung.....	5
GAMBAR 1.2	Pra Penelitian <i>Behavior Intention</i> Grand Pacific Hotel Bandung.....	10
GAMBAR 2.1	Karakteristik Jasa.....	17
GAMBAR 2.2	<i>Marketing Mix</i> 4P's dan 4C's Menurut Kotler dan Amstrong.....	20
GAMBAR 2.3	<i>Five-Stage Model of Consumer Buying Process</i>	30
GAMBAR 2.4	Kerangka Pemikiran “Pengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> pada Tamu Menginap di Grand Pacific Hotel Bandung.....	42
GAMBAR 2.5	Paradigma Penelitian <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	43
GAMBAR 3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y.....	68
GAMBAR 3.2	Diagram Jalur Hipotesis.....	69
GAMBAR 3.3	Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	69
GAMBAR 4.1	<i>Deluxe Room Type</i>	76
GAMBAR 4.2	<i>Suite Room Type</i>	77
GAMBAR 4.3	<i>Family Suite Room Type</i>	78
GAMBAR 4.4	<i>President Suite Room Type</i>	79
GAMBAR 4.5	<i>Function Room</i> Grand Pacific Hotel Bandung.....	80
GAMBAR 4.6	Struktur Organisasi Grand Pacific Hotel Bandung.....	82
GAMBAR 4.7	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	84
GAMBAR 4.8	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	85
GAMBAR 4.9	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Penghasilan dan Asal Tinggal.....	87
GAMBAR 4.10	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Informasi yang Diperoleh dan Tujuan Menginap.....	88
GAMBAR 4.11	Profil Responden yang Menginap Berdasarkan Frekuensi Menginap dan Tujuan Menginap.....	90

GAMBAR 4.12	Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	108
GAMBAR 4.13	Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis <i>Service Convenience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Setelah Menggunakan Metode <i>Trimming</i>	109
GAMBAR 4.14	Garis Kontinum <i>Service Convenience</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	113
GAMBAR 4.15	Garis Kontinum <i>Behavioral Intention</i> di Grand Pacific Hotel Bandung.....	116