

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Pengertian <i>Marketing</i>	11
2.1.2 Konsep <i>Green Marketing</i>	14
2.1.2.1 Definisi <i>Green Marketing</i>	14
2.1.2.2 Defenisi <i>Green Hotel</i>	18
2.1.2.3 Dimensi <i>Green Hotel</i>	20

2.1.3	Pengertian Keputusan Menginap	21
2.1.3.1	Definisi Keputusan Menginap.....	21
2.1.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tamu	22
2.1.3.3	Tahap-tahap proses pengambilan keputusan	24
2.1.3.4	Model Pengambilan Keputusan	24
2.1.3.5	Peran Tamu Dalam Menginap	26
2.1.4	Pengaruh <i>Green Hotel</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu	26
2.1.4.1	Orisinalitas Penelitian	27
2.1.5	Kerangka Pemikiran	28
2.3	Hipotesis.....	33
 BAB III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	35
3.2	Metode Penelitian.....	35
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	35
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	36
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.2.4	Populasi dan Sampel.....	42
3.2.4.1	Populasi.....	42
3.2.4.2	Sampel.....	44
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	44
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/

3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.2.6.1	Pengujian Validitas.....	46
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	49
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	51
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	52
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Veripikatif.....	53
3.2.7.3	Pengujian Hipotesis.....	59

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Perusahaan dan Tamu FIT The Royale Krakatau Hotel Cilegon.....	60
4.1.1	Profil Perusahaan.....	60
4.1.1.1	Identitas Perusahaan.....	60
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan.....	60
4.1.2	Profil Tamu yang Menginap di The Royale Kakatau Hotel Cilegon.....	62
4.1.2.1	Profil Tamu yang Menginap Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	63
4.1.2.2	Profil Tamu FIT yang Menginap Berdasarkan Pendidikan.....	64
4.1.2.3	Profil Tamu FIT yang Menginap Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.1.2.4	Profil Tamu FIT yang Menginap Berdasarkan Waktu Menginap	65
4.1.2.5	Profil Tamu FIT yang Menginap Berdasarkan Rekan Menginap	66

4.1.2.6	Profil Tamu FIT yang Menginap Berdasarkan Lama Menginap.....	67
4.1.2.7	Profil Tamu FIT berdasarkan kesan selama menginap	68
4.1.2.8	Profil Tamu FIT Berdasarkan Alasan Menginap	69
4.2	Tanggapan Tamu yang Menginap terhadap Program <i>Green Hotel</i>	70
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Recycled Material</i>	70
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Recyclable</i>	72
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Low-polluting</i>	73
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Energy-saving</i>	74
4.2.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Hotel</i> di The Royale Krakatau Hotel	76
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menginap di The Royale Krakatau Hotel	78
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk dan Jasa.....	78
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek	79
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur	80
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Menginap	81
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian	82
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	83
4.3.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menginap	84
4.4	Pengaruh Strategi <i>Green Hotel</i> terhadap Keputusan Menginap Tamu di The Royale Krakatau Hotel Cilegon	86
4.4.1	Uji Asumsi Regresi Berganda	86

4.4.1.1 Uji Asumsi Normalitas	86
4.4.1.2 Uji Asumsi Multikolinearitas	88
4.4.1.3 Uji Asumsi Heteroskedastisitas	89
4.4.1.4 Hasil Korelasi dan Koefesien Determinasi	90
4.4.1.5 Pengujian Hipotesis dan Uji Anova	91
4.4.1.6 Pengujian Hipotesis dan Koefesien	92
4.4.1.7 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Green Hotel Terhadap Keputusan Menginap	92
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.5.1 Pembahasan mengenai <i>Green Hotel</i> di The Royale Krakatau Hotel.....	94
4.5.2 Pembahasan mengenai Keputusan Menginap di The Royale Krakatau Hotel.....	95
4.5.3 Pembahasan Hasil Pengaruh Green Hotel Terhadap Keputusan Menginap Tamu	97
4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	98
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	98
4.6.2 Temuan Penelitian Yang bersifat Empirik	99
 BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Rekomendasi.....	101

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/

DAFTAR PUSTAKA	103
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisma dan Wsnus ke Indonesia 2012-2013.....	1
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Banten 2012-2013.....	2
Tabel 1.3	Data Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung Melalui Pintu Gerbang Kedatangan Kota Cilegon.....	4
Tabel 1.4	Tingkat Occupancy The Royale Krakatau Hotel.....	6
Tabel 1.5	Total <i>Revenue</i> The Royale Krakatau Hotel 2012-2014.	7
Tabel 2.1	Definisi <i>Green Marketing</i> Menurut Para Ahli.....	16
Tabel 2.2	Definisi <i>Green Hotel</i> Menurut Para Ahli.....	18
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Orisinalitas Penelitian No. 4897/UN.40.2.5/2/PL/ 2015	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	37

Kiki Pebriyanti, 2015

**PENGARUH PROGRAM GREEN HOTEL TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI THE ROYALE
KRAKATAU HOTEL KOTA CILEGON BANTEN**

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

Tabel 3.2	Populasi Tamu The Royale Krakatau Hotel.....	42
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	48
Tabel 3.5	Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian.....	51
Tabel 3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden Untuk Mengetahui Hasil Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 4.1	Penilaian Rating Berdasarkan Alasan Tamu Menginap di The Royal Krakatau Hotel.....	69
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Recycled Material</i> The Royale Krakatau Hotel.....	71
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Recyclable</i> The Royale Krakatau Hotel.....	72
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Low-polluting</i> The Royale Krakatau Hotel.....	73
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Energy Saving</i> The Royale Krakatau Hotel.....	75
Tabel 4.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Hotel</i> The Royale Krakatau Hotel	76
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk Barang dan Jasa	78
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek	79

Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Penyalur.....	80
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Menginap	81
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian	82
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	83
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menginap The Royale Krakatau Hotel	84
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4.16	Hasil Uji Korelasi dan Koefesien Determinasi	90
Tabel 4.17	Hasil Uji Anova (Uji F)	91
Tabel 4.17	Hasil Uji t	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tingkat Hunian Kamar Hotel Berdasarkan Jenis Tamu FIT.....	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Green Hotel</i> Terhadap Keputusan Tamu FIT The Royale Krakatau Hotel	32
Gambar 2.2	Paradigma Pemikiran Pengaruh <i>Green Hotel</i> Terhadap Keputusan Tamu FIT The Royale Krakatau Hotel	33
Gambar 3.1	Regresi Berganda	55
Gambar 4.1	Jenis Tamu Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2	Jenis Tamu Berdasarkan Pendidikan.....	64

Gambar 4.3	Jenis Tamu Berdasarkan Pekerjaan	65
Gambar 4.4	Pengalaman Tamu Berdasarkan Waktu Menginap	66
Gambar 4.5	Pengalaman Tamu Berdasarkan Rekan Menginap.....	67
Gambar 4.6	Pengalaman Tamu Berdasarkan Lama Menginap	68
Gambar 4.7	Pengalaman Tamu Berdasarkan Kesan Menginap.....	69
Gambar 4.8	<i>Green Hotel</i> Pada Garis Kontinum	77
Gambar 4.9	Keputusan Menginap Berdasarkan Garis Kontinum	86
Gambar 4.10	Grafik Normal P-Plot (Asumsi Normalitas).....	88
Gambar 4.11	Grafik Uji Heterokedastisitas	89

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/ 2015

LAMPIRAN

No: 4897/ UN.40.2.5/ 2/ PL/
2015