

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	14
2.1 Kajian Pustaka .....	14
2.1.1 <i>Public relations</i> bagian dari <i>hospitality promotion mix</i> ...	14
2.1.1.1 Definisi <i>public relations</i> .....	22
2.1.1.2 Dimensi <i>public relations</i> .....	24
2.1.1.3 Tujuan <i>public relations</i> .....	28
2.1.1.4 Fungsi <i>public relations</i> .....	30
2.1.2 Konsep Keputusan Menginap .....	36
2.1.2.1 Definisi Keputusan Menginap .....	36
2.1.2.2 Model perilaku tamu bisnis terhadap keputusan menginap .....	39
2.1.2.3 Tahap-tahap pengambilan keputusan menginap...	43
2.1.2.4 Dimensi Keputusan pembelian .....	46

2.1.3	Pengaruh <i>Public Relations</i> terhadap keputusan menginap	49
2.1.4	Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	50
2.2	Kerangka Pemikiran.....	52
2.3	Hipotesis .....	56
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>		<b>58</b>
3.1	Objek Penelitian .....	58
3.2	Jenis dan Metode Penelitian.....	58
3.3	Operasionalisasi Variabel .....	60
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	63
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	64
3.5.1	Populasi .....	64
3.5.2	Sampel .....	64
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	66
3.6.1	Hasil Pengujian Validitas .....	66
3.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	69
3.7	Rancangan Analisis Data .....	71
3.7.1	Rancangan Analisis Deskriptif.....	73
3.7.2	Rancangan Analisis Regresi Linear Berganda .....	74
3.7.3	Rancangan Uji Hipotesis .....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>79</b>
4.1	Profil Perusahaan dan Tamu The Papandayan Hotel Bandung.....	79
4.1.1	Profil Perusahaan .....	79
4.1.1.1	Profil The Papandayan Hotel Bandung.....	79
4.1.1.2	Sejarah The Papandayan Hotel Bandung .....	80
4.1.1.3	Organisasi Pengelola .....	80
4.1.1.4	Produk yang Ditawarkan.....	82

4.1.2	Profil Tamu Berdasarkan Karakteristik, Pengalaman dan Penilaian Terhadap The Papandayan Hotel.....	84
4.1.2.1	Karakteristik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	84
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Perusahaandan Lamanya Bekerja.....	84
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Ter-Tinggi dan Penghasilan perbulan .....	85
4.1.2.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan menginap dan Biaya yang Dikeluarkan Selama Menginap .....	86
4.2	Pelaksanaan Program <i>Public Relations</i> di The Papandayan Hotel	87
4.2.1	Sub Variabel <i>Speeches</i> .....	87
4.2.2	Sub Variabel <i>Written Materials</i> .....	88
4.2.3	Sub Variabel <i>Corporate Identity Materials</i> .....	90
4.3	Pelaksanaan Keputusan Menginap Tamu Bisnis The Papandayan Hotel .....	91
4.3.1	Pelaksanaan Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel Berdasarkan Pemilihan Produk dan Pemilihan Merek .....	91
4.3.2	Pelaksanaan Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel Berdasarkan Waktu Pembelian.....	93
4.3.3	Pelaksanaan Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	94
4.3.4	Pelaksanaan Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel Berdasarkan Metode Pembayaran .....	95
4.4	Pengaruh Program <i>Public Relations</i> Terhadap Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel .....	96
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas .....	96
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	98
4.4.3	Hasil Uji Autokorelasi .....	99

4.4.4 Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas .....	100
4.5 Pembahasan Hasil Analisis Hipotesis Faktor-Faktor yang Membentuk <i>Public Relations</i> Terhadap Keputusan Menginap .....	101
4.5.1 Uji Secara Simultan (Uji f).....	101
4.5.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	102
4.6 Pembahasan.....	105
4.6.1 Pembahasan Program <i>Public Relations</i> di The Papandayan Hotel Bandung.....	105
4.6.2 Pembahasan Mengenai Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel Bandung.....	108
4.6.3 Pembahasan Mengenai Program <i>Public Relations</i> Terhadap Keputusan Menginap di The Papandayan Hotel Bandung.....	110
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	111
4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	111
4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	112
<b>BAB VKESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>114</b>
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Rekomendasi .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xvii</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal
1.1	Segmen tamu The Papandayan Hotel.....	7
2.1	Karakteristik yang mempengaruhi perilaku pembeli bisnis.....	41
2.2	Model lima tahap proses keputusan menginap.....	43
2.3	Kerangka pemikiran pengaruh <i>public relations</i> terhadap keputusan menginap...	55
2.4	Paradigma penelitian pengaruh <i>public relations</i> terhadap keputusan menginap..	56
3.1	Diagram regresi berganda.....	75
3.2	Diagram jalur hipotesis.....	77
4.1	Struktur organisasi perusahaan The Papandayan Hotel Bandung.....	80
4.2	Histogram variabel terikat keputusan menginap.....	95
4.3	<i>Normal probability plot</i> .....	96
4.4	Garis kontinum program <i>public relations</i> di The Papandayan Hotel Bandung...	106
4.5	Garis kontinum keputusan menginap di The Papandayan Hotel Bandung.....	108

## DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia 2011-2014 .....	2
1.2	Jumlah hotel berbintang di Bandung 2011-2014 .....	4
1.3	Jaringan hotel bintang 5 di Bandung 2014 .....	5
1.4	Tingkat hunian hotel bintang 5 di Bandung 2014 .....	6
1.5	Tingkat hunian kamar di The Panandayan Hotel Bandung 2013-2014 .....	6
1.6	Data Tamu bisnis yang melakukan kegiatan meeting .....	8
1.7	Program <i>public relations</i> The Papandayan Hotel Bandung 2014 .....	10
2.1	Definisi <i>public relations</i> menurut beberapa ahli .....	22
2.2	Definisi keputusan menginap menurut beberapa ahli .....	37
2.3	Penelitian terdahulu .....	50
3.1	Operasionalisasi variabel.....	60
3.2	Jenis dan sumber data .....	63
3.3	Hasil pengujian validitas instrumen penelitian.....	68
3.4	Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian .....	71
3.5	Skor alternatif jawaban.....	73
4.1	Tipe kamar The Papandayan Hotel .....	81
4.2	Fasilitas pendukung The Papandayan Hotel.....	82
4.3	Function hall di The Papandayan Hotel .....	82
4.4	Karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin .....	83
4.5	Karakteristik responden berdasarkan jenis perusahaan dan lama bekerja	84
4.6	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan tertinggi dan Penghasilan .....	84
4.7	Pengalaman responden berdasarkan tujuan menginap dan biaya yang dikeluarkan .....	86
4.8	Tanggapan responden terhadap sub variabel <i>speeches</i> .....	87
4.9	Tanggapan responden terhadap sub variabel <i>written materials</i> .....	88
4.10	Tanggapan responden terhadap sub variabel <i>corporate identity materials</i>	89

4.11	Tanggapan responden terhadap keputusan menginap berdasarkan pemilihan produk dan pemilihan merek .....	91
4.12	Tanggapan responden terhadap keputusan menginap berdasarkan waktu Pembelian .....	92
4.13	Tanggapan responden terhadap keputusan menginap berdasarkan jumlah Pembelian .....	93
4.14	Tanggapan responden terhadap keputusan menginap berdasarkan metode Pembayaran .....	94
4.15	Hasil Uji Normalitas .....	97
4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	98
4.17	Hasil Uji Autokorelasi.....	99
4.18	Hasil Uji MultiKolinearitas .....	100
4.19	Hasil Uji Secara Simultan Uji (f) .....	101
4.20	Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda.....	102
4.21	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap public relations di The Papandayan Hotel .....	104
4.22	Rekapitulasi tanggapan responden terhadap keputusan menginap di The Papandayan Hotel .....	107