

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Konsep Pariwisata.....	11
2.1.1.1 Hotel Bagian dari Industri Pariwisata.....	11
2.1.2 Konsep <i>Marketing</i>	13
2.1.2.1 <i>Sales Promotion</i> bagian dari <i>Promotion Mix</i>	13
2.1.2.2 Definisi <i>Sales Promotion</i> bagian dari <i>Promotion Mix</i>	18
2.1.2.3 Langkah-langkah <i>Sales promotion</i>	20
2.1.2.4 Alat-alat <i>Sales Promotion</i>	24
2.1.2.5 Kelebihan dan kekurangan <i>Sales Promotion</i>	26
2.1.2.6 Dimensi <i>Sales Promotion</i> terkait dengan Diskon (Potongan Penjualan)	27
2.1.3 Keputusan Menginap Bagian dari Perilaku Konsumen.....	30
2.1.3.1 Konsep Perilaku Konsumen	30

Vidi Aditya, 2016

PENGARUH PROGRAM SALES PROMOTION MELALUI DISKON TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI GALERI CIUMBULEUIT HOTEL & APARTEMENT BANDUNG: (Survey terhadap tamu yang menggunakan diskon untuk menginap di Galeri Cimbulkuit Hotel & Apartement Bandung)

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

2.1.3.2 Sikap Konsumen bagian dari Perilaku Konsumen.....	32
2.1.3.3 Konsep keputusan Menginap Bagian Dari Sikap Konsumen	35
2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	36
2.1.3.5 Struktur Keputusan Pembelian.....	38
2.1.3.6 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	39
2.1.4 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Menginap.....	41
2.1.5 Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	42
2.2 Kerangka Pemikiran	45
2.3 Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	60
3.2 Metode Penelitian	60
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	60
3.2.1.1 Jenis Penelitian	60
3.2.1.2 Metodologi yang Digunakan	61
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	62
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	66
3.2.4.1 Populasi	66
3.2.4.2 Sampel	66
3.2.4.3 Teknik Sampling	67
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	67
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	69
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	69
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	71
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	72
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif.....	74
3.2.7.2 Teknik Analisis Data Statistik	75
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	80
4.1.1 Gambaran Umum Mengenai Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement..	80

4.1.1.1	Identitas Perusahaan	80
4.1.1.2	Sejarah Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement	81
4.1.1.3	Visi dan Misi Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement	82
4.1.1.4	Struktur Organisasi Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement....	83
4.1.2	Karakteristik Responden.....	84
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .	84
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Status Perkawinan	85
4.1.2.3	Karakteristik Responden Pekerjaan dan Penghasilan	85
4.1.2.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menginap dan Alasan Menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartemenr	86
4.1.2.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Diskon yang Diperoleh	87
4.1.2.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Besaran Diskon yang Diperoleh	88
4.2	<i>Sales promotion</i> di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung	89
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Diskon	89
4.3	Keputusan Menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung	92
4.4	Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung	94
4.4.1	Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	94
4.4.2	Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji F)	95
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikasi Secara Parsial (Uji t).....	96
4.4.4	Model Persamaan Regresi Linier Sederhana Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung.....	97
4.4.5	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Menginap di Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung	98
4.5	Impikasi Hasil Penelitian	100
4.5.1	Temuan penelitian Bersifat Teoritik	100
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan	103

5.2 Rekomendasi 103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jawa Barat Melalui Bandara Husein Sastranegara Bandung dan Pelabuhan Muara Jati Cirebon Tahun 2009-2013 2011-2013	3
Tabel 1.3	Jumlah Hotel Berbintang di Kota Bandung tahun 2010-2013	4
Tabel 1.4	<i>Comparison With Competitor's Occupancy</i>	5
Tabel 1.5	Persentase Tingkat Hunian.....	6
Tabel 1.6	<i>Sales Promotion</i> Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement tahun	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	62
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	65
Tabel 3.4	Teknik Pengumpulan data dan Sumber Data	68
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	70
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	72
Tabel 3.7	Skor Alternatif Jawaban	74
Tabel 3.8	Kriteria Presentase Tanggapan Responden	75
Tabel 3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi ...	78
Tabel 4.1	Tipe-Tipe Kamar Galeri ciumbuleuit Hotel & Apartement	81
Tabel 4.2	Jenis Kelamin dan Usia Dikaitkan dengan Jenis Tamu Individual.....	84
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Status Perkawinan	85
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	86
Tabel 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menginap dan Alasan Menginap	86
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Diskon yang Diperoleh.....	88
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Diskon yang Diperoleh.....	88
Tabel 4.8	Tanggapan Tamu Individual galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung Mengenai Diskon.....	89

Tabel 4.9 Tanggapan Tamu Individual Galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Bandung Mengenai Keputusan Menginap	92
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Analisis koefisien Determinasi	95
Tabel 4.11 Output Anova	95
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji T.....	96
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Analisis regresi Linier Sederhana.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Sederhana pengambilan keputusan Konsumen	31
Gambar 2.2 Model Sikap Tiga Komponen.....	33
Gambar 2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	36
Gambar 2.4 Model Perilaku Konsumen Menurut Assael	48
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Menginap	57
Gambar 4.1 Struktur Organisasi galeri Ciumbuleuit Hotel & Apartement Kelamin	83
Gambar 4.2 Sub Variabel <i>Sales Promotion</i> Pada Garis Kontinum	91
Gambar 4.3 Sub Variabel keputusan Menginap Pada Garis Kontinum	93