

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep Kepariwisata.....	14
2.1.1.1 Industri Pariwisata atau Usaha Pariwisata	14
2.1.1.1 Hotel Bagian dari Industri Pariwisata	16
2.1.1.1 Pemasaran Pariwisata.....	17
2.1.2 <i>Service Excellence</i>	17
2.1.2.1 <i>Service Excellence</i> dalam Pemasaran Jasa	17
2.1.2.2 Definisi <i>Service Excellence</i>	20
2.1.2.3 Dimensi <i>Service Excellence</i>	22
2.1.3 Konsep Kepuasan Tamu.....	24

2.1.3.1 Definisi Kepuasan Tamu	24
2.1.3.2 Tipe Kepuasan Tamu	25
2.1.3.3 Pengukuran Kepuasan Tamu.....	26
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu	28
2.1.4 Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap Kepuasan Tamu.....	30
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Hipotesis Penelitian	39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	42
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.2.4 Populasi dan Sampel	47
3.2.4.1 Populasi.....	47
3.2.4.2 Sampel.....	48
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	49
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.2.6.1 Pengujian Validitas	51
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	55
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis.....	57
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	58
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Verifikatif	58
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Tamu Marbella Suites Bandung	67
4.1.1 Profil Perusahaan.....	67
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	67

4.1.1.2	Sejarah Singkat Marbella Suites Bandung.....	67
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang ditawarkan.....	68
4.1.1.3.1	Kamar.....	69
4.1.1.3.2	<i>Meeting Room</i>	70
4.1.1.3.3	Fasilitas Lainnya.....	71
4.1.2	Profil Responden.....	71
4.1.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.1.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.1.2.3	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menginap dan Asal Tinggal.....	73
4.1.2.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	74
4.1.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi dan Pekerjaan.....	74
4.1.2.6	Profil Responden dilihat Dari Sumber Memperoleh Informasi Tentang Marbella Suites Bandung.....	75
4.1.2.7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kamar yang Digunakan dan Frekuensi Menginap dalam Satu Tahun.....	76
4.1.2.4	Profil Responden Berdasarkan Lamanya Waktu Menginap dan Jumlah Pengeluaran Pada Saat Menginap.....	78
4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	78
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan (<i>ability</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	79
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Sikap (<i>attitude</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	80
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Penampilan (<i>appearance</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	81
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Perhatian (<i>attention</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	83
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Tindakan (<i>action</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	84

4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Tanggungjawab (<i>accountability</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung	85
4.2.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung	87
4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	89
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan (<i>ability</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	89
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Sikap (<i>attitude</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	91
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Penampilan (<i>appearance</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	92
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Perhatian (<i>attention</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	93
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Tindakan (<i>action</i>) yang Diharapkan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	94
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Tanggungjawab (<i>accountability</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	95
4.3.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	97
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Di Marbella Suites Bandung .	99
4.5	Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap Kepuasan Tamu Di Marbella Suites Bandung	102
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Regresi	103
4.5.1.1	Uji Asumsi Normalitas	103
4.5.1.2	Uji Asumsi Heteroskidastisitas	104
4.5.1.3	Uji Multikolinearitas	106
4.5.1.4	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	106
4.5.1.5	Pengujian Hipotesis dan Uji ANOVA (Uji F)	107
4.5.1.6	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	109

4.4.1.8 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap Kepuasan Tamu	111
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	113
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan Teoritik	113
4.5.2 Implikasi Hasil Temuan Empirik	114
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Rekomendasi	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2010-2013 ..	1
1.2	Jumlah Hotel Yang Ada Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2010-2013	2
1.3	Jumlah Hotel Berbintang Di Kota Bandung	3
1.4	Daftar Nama Hotel Bintang 4 Di Kota Bandung	4
1.5	<i>Competitor Statistic Report Occupancy</i> Hotel	5
1.6	Data Kunjungan Tamu Hotel Di Marbella Suites Bandung.....	6
1.7	Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Marbella Suites Bandung	9
1.8	Implementasi <i>Service Excellence</i> Yang Dilakukan Marbella Suites Bandung	11
2.1	Definisi <i>Service Excellence</i> Menurut Para Ahli.....	21
2.2	Definisi Kepuasan Menurut Ahli	24
2.3	Penelitian Terdahulu Dan Orisinalitas Penelitian	31
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	42
3.2	Jenis Dan Sumber Data	46
3.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	53
3.4	Hasil Uji Reliabilitas	57
3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi	62
4.1	Daftar <i>Function Room</i> Marbella Suites Bandung	70
4.2	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menginap dan Asal Tinggal.....	73
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi dan Pekerjaan	75
4.4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kamar yang Digunakan dan Frekuensi Menginap Dalam Satu Tahun.....	77

4.5	Profil Responden Berdasarkan Lamanya Waktu Menginap dan Jumlah Pengeluaran Pada Saat Menginap.....	78
4.6	Tanggapan Responden Tentang Kemampuan (<i>ability</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	79
4.7	Tanggapan Responden Tentang Sikap (<i>attitude</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	80
4.8	Tanggapan Responden Tentang Penampilan (<i>appearance</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	82
4.9	Tanggapan Responden Tentang Perhatian (<i>attention</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	83
4.10	Tanggapan Responden Tentang Tindakan (<i>action</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	84
4.11	Tanggapan Responden Tentang Tanggungjawab (<i>accountability</i>) yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung	86
4.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	87
4.13	Tanggapan Responden Tentang Kemampuan (<i>ability</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	90
4.14	Tanggapan Responden Tentang Sikap (<i>attitude</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	91
4.15	Tanggapan Responden Tentang Penampilan (<i>appearance</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	92
4.16	Tanggapan Responden Tentang Perhatian (<i>attention</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	93
4.17	Tanggapan Responden Tentang Tindakan (<i>action</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung	94
4.18	Tanggapan Responden Tentang Tanggungjawab (<i>accountability</i>) yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	96
4.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> yang Dirasakan (<i>Perceived</i>) Di Marbella Suites Bandung.....	97
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Dari Pelaksanaan <i>Service Excellence</i> Di Marbella Bandung	99

4.21	Rekapitulasi Kepuasan Responden Terhadap <i>Service Excellence</i> Di Marbella Bandung.....	101
4.22	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	102
4.23	Hasil Uji Multikolinearitas	106
4.24	Korelasi Dan Koefisien Determinasi	107
4.25	Hasil Output ANOVA.....	108
4.26	Hasil Analisa Koefisien Regresi.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Data Kepuasan Tamu Marbella Suites Bandung Tahun 2013	7
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Service Excellence</i> Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Yang Menginap Di Marbella Suites Bandung	38
2.2	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Service Excellence</i> Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Yang Menginap Di Marbella Suites Bandung	39
3.1	Regresi Linear Berganda.....	65
4.1	Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.3	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	74
4.4	Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	76