

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN HAK CIPTA</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> ....	12
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Konsep <i>Sustainable Development</i> .....	12
2.1.1.1 <i>Sustainable Development</i> Sebagai Suatu Strategi Pemasaran .....	12
2.1.1.2 Definisi Konsep <i>Sustainable Development</i> .....	15
2.1.1.3 Dimensi <i>Sustainable Development</i> .....	17
2.1.2 Konsep <i>Corporate Reputation</i> .....	19
2.1.2.1 Definisi <i>Corporate Reputation</i> .....	19
2.1.2.2 Dimensi <i>Corporate Reputation</i> .....	20
2.1.3 Persepsi Tamu Hotel Terhadap Program <i>Sustainable Development</i> Dalam Menciptakan <i>Corporate Reputation</i> .....	24
2.1.4 Penelitian Terdahulu .....	25

2.2	Kerangka Pemikiran .....	27
2.3	Hipotesis .....	32
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1	Objek Penelitian .....	33
3.2	Metode Penelitian .....	33
3.2.1	Jenis Penelitian Dan Metode Yang Digunakan .....	34
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	34
3.2.3	Sumber Data Dan Cara Penentuan Data.....	40
3.2.4	Populasi, Sampel Dan Teknik Sampel .....	41
3.2.4.1	Populasi .....	41
3.2.4.2	Sampel .....	42
3.2.4.3	Teknik Sampel Dan Alat Pengumpulan Data.....	43
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas .....	46
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas .....	47
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	51
3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	53
3.2.7.1	Analisis Deskriptif Dan Verifikatif .....	53
3.2.7.2	Analisis Koefisien Korelasi .....	53
3.2.7.3	Analisis Determinasi .....	54
3.2.7.4	Teknik Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.2.8	Pengujian Hipotesis .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>60</b>
4.1	Profil Perusahaan Dan Tamu Hotel Di Novotel Bandung.....	60
4.1.1	Profil Perusahaan.....	60
4.1.1.1	Identitas Perusahaan .....	60
4.1.1.2	Sejarah Singkat Novotel Bandung.....	60
4.1.1.3	Produk Dan Jasa Yang Ditawarkan Oleh Novotel Bandung....	62
4.1.2	Profil Tamu Hotel Yang Menginap Di Novotel Bandung.....	63

4.1.2.1 Profil Tamu Yang Menginap Berdasarkan Tujuan	
Menginap.....	63
4.1.2.2 Keterkaitan Jenis Kelamin Dan Usia Berdasarkan Tujuan	
Menginap.....	65
4.1.2.3 Keterkaitan Pendidikan Tertinggi Dan Pekerjaan	
Berdasarkan Tujuan Menginap.....	66
4.1.2.4 Keterkaitan Penghasilan dan Rata-Rata Pengeluaran	
Berdasarkan Tujuan Menginap.....	68
4.1.2.5 Keterkaitan Lama Menginap dan Asal Tinggal	
Berdasarkan Tujuan Menginap.....	70
4.1.2.6 Keterkaitan Merek Hotel Yang Sering Di Pilih Tamu	
Untuk Menginap Berdasarkan Tujuan Menginap .....	72
4.1.2.7 Alasan Tamu Memilih Menginap Di Novotel Bandung .....	73
4.2 Gambaran <i>Sustainable Development</i> di Novotel Bandung .....	74
4.2.1 Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Environmental</i> Di Novotel	
Bandung.....	74
4.2.2 Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Economic</i> Di Novotel Bandung .....	76
4.2.3 Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Social</i> di Novotel Bandung .....	77
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Sustainable</i>	
<i>Development</i> Di Novotel Bandung.....	79
4.3 Gambaran <i>Corporate Reputation</i> Novotel Bandung.....	81
4.3.1 Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Credibility</i> Di Novotel Bandung.....	81
4.3.2 Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Reliability</i> Di Novotel Bandung .....	83
4.3.3 Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Responsibility</i> Di Novotel	
Bandung.....	84
4.3.4 Rekapitulasi Hasil Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Corporate</i>	
<i>Reputation</i> Di Novotel Bandung .....	86
4.4 Pengaruh <i>Sustainable Development</i> Dalam Menciptakan <i>Corporate</i>	
<i>Reputation</i> di Novotel Bandung .....	88
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi .....	89

4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	89
4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	91
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	92
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	92
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi Dan Koefisien Determinasi .....	93
4.4.3 Pengujian Hipotesis Regresi Linear Berganda .....	95
4.4.4 Pengujian Hipotesis Melalui Uji Signifikansi Secara Simultan.....	96
4.4.5 Pengujian Hipotesis Melalui Uji Signifikansi Secara Parsial.....	97
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	98
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	98
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	104
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran Pengantar Kuesioner Penelitian	
Lampiran Kuesioner Penelitian	
Lampiran Koding Identitas Tamu Hotel	
Lampiran Koding Pengalaman Tamu Hotel	
Lampiran Koding Variabel <i>Sustainable Development</i>	
Lampiran Koding Variabel <i>Corporate Reputation</i>	
Lampiran Hasil Uji Regresi Linear Berganda	
Lampiran Surat Keputusan Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial	
Lampiran Surat Keterangan Perbaikan	
Lampiran <i>Curriculum Vitae</i>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
1.1	Jumlah Kunjungan Tamu Ke Novotel Bandung Pada Tahun 2012-2014.....	4
2.1	Definisi <i>Sustainable Development</i> Menurut Beberapa Ahli .....	15
2.2	Definisi <i>Corporate Reputation</i> Menurut Beberapa Ahli .....	19
2.3	Penelitian Terdahulu .....	25
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	35
3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	41
3.3	Jumlah Kunjungan Tamu Ke Novotel Bandung Pada Tahun 2012-2014.....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data Dan Sumber Data .....	46
3.5	Pengukuran Skala Likert .....	46
3.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	48
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	52
3.8	Koefisien Korelasi .....	54
4.1	Daftar Kamar Di Novotel Bandung Berdasarkan Jenisnya .....	62
4.2	Pengalaman Tamu Berdasarkan Tujuan Menginap .....	64
4.3	Keterkaitan Jenis Kelamin Dan Usia Berdasarkan Tujuan Menginap.....	65
4.4	Keterkaitan Pendidikan Tertinggi Dan Pekerjaan Berdasarkan Tujuan Menginap .....	67
4.5	Keterkaitan Penghasilan Dan Rata-Rata Pengeluaran Berdasarkan Tujuan Menginap .....	69
4.6	Keterkaitan Lama Menginap Dan Asal Tinggal Berdasarkan Tujuan Menginap .....	71
4.7	Keterkaitan Merek Hotel Yang Sering Di Pilih Tamu Untuk Menginap Berdasarkan Tujuan Menginap .....	724
4.8	Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Alasan Menginap Di Novotel Bandung .....	73
4.9	Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Environmental</i> Di Novotel Bandung.....	74

4.10	Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Economic</i> Di Novotel Bandung.....	76
4.11	Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Social</i> Di Novotel Bandung.....	77
4.12	Rekapitulasi Hasil Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Sustainable Development</i> Di Novotel Bandung .....	79
4.13	Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Credibility</i> Di Novotel Bandung .....	824
4.14	Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Reliability</i> Di Novotel Bandung .....	83
4.15	Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Responsibility</i> Di Novotel Bandung .....	85
4.16	Rekapitulasi Hasil Persepsi Tamu Hotel Terhadap <i>Corporate Reputation</i> Di Novotel Bandung .....	86
4.17	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov.....	91
4.18	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	91
4.19	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi .....	92
4.20	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas .....	93
4.21	Koefisien Determinasi .....	94
4.22	Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda.....	95
4.23	Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	<i>Market Share</i> Hotel Bintang 4 Di Kota Bandung Tahun 2014.....	3
2.1	Kerangka Pemikiran Persepsi Tamu Hotel Terhadap Program <i>Sustainable Development</i> Dalam Menciptakan <i>Corporate Reputation</i> .....	30
2.2	Paradigma Penelitian Persepsi Tamu Hotel Terhadap Program <i>Sustainable Development</i> Dalam Menciptakan <i>Corporate Reputation</i> .....	31
3.1	Regresi Berganda .....	56
4.1	Logo Novotel Bandung .....	60
4.2	Garis Kontinum <i>Sustainable Development</i> Di Novotel Bandung.....	81
4.3	Garis Kontinum <i>Corporate Reputation</i> Di Novotel Bandung .....	88
4.4	<i>Histogram Dependent Variabel Corporate Reputation</i> Novotel Bandung .....	90
4.5	<i>Normal Probability Plots</i> .....	90