

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Penelitian .....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	16
2.1.1 Konsep Kepariwisata .....	16
2.1.2 Konsep Industri Pariwisata.....	17
2.1.3 Konsep Industri Perhotelan .....	18
2.1.4 Definisi Manajemen Pemasaran Pariwisata .....	19
2.1.5 <i>Customer Orientation of Service Employee</i> .....	20
2.1.5.1 Konsep <i>Customer Orientation of Service Employee</i> dalam <i>Modern Marketing Management</i> .....	20
2.1.5.2 Definisi <i>Customer Orientation of Service Employee</i> .....	23
2.1.5.3 Dimensi <i>Customer Orientation of Service Employee</i> .....	25
2.1.6 <i>Customer Retention</i> .....	27
2.1.6.1 Konsep <i>Customer Retention</i> dalam <i>Consumer Behavior</i> .....	27
2.1.6.2 Definisi <i>Customer Retention</i> .....	29
2.1.6.3 Indikator <i>Customer Retention</i> .....	31
2.1.7 Pengaruh <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> .....	32
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
2.3 Hipotesis .....	43
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian .....	46
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	47
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel.....	52
3.2.4.1 Populasi.....	52
3.2.4.2 Sampel.....	53
3.2.4.3 Teknik Sampel .....	54

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	56
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	56
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	61
3.2.7 Rancangan Analisis Data .....	62
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	63
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	63
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Perusahaan dan Tamu Individu Reguler .....	70
4.1.1 Profil Perusahaan .....	70
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	70
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	71
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....	71
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	73
4.1.2.1 Karakteristik dan Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	73
4.1.2.2 Karakteristik dan Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	74
4.1.2.3 Karakteristik dan Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	75
4.1.2.4 Karakteristik dan Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Tempat Asal.....	76
4.1.3 Pengalaman Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	77
4.1.3.1 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Frekuensi Menginap Dalam Kurun Waktu Satu Tahun.....	77
4.1.3.2 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Keperluan Menginap	78
4.1.3.3 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Lama Menginap .....	78
4.1.3.4 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Alasan Menginap .....	79
4.1.3.5 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Jenis Kamar yang Digunakan .....	80
4.1.3.6 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Via <i>Booking</i> Hotel ...	81
4.2 Pelaksanaan <i>Customer Orientation of Service Employee</i> di Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung.....	82
4.2.1 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Need to Pamper</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	84
4.2.2 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Need to Read the Customer</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	86
4.2.3 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Need for Personal Relationship</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung.....	89
4.2.4 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Need to Deliver</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	91

4.2.5 Rekapitulasi Dimensi <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	92
4.3 <i>Customer Retention</i> Di Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	94
4.3.1 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Word of Mouth</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	95
4.3.2 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Repeat Purchase</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung.....	97
4.3.3 Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Non-Complaining Behavior</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	99
4.3.4 Rekapitulasi Dimensi <i>Customer Retention</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung.....	100
4.4 Pengaruh <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	102
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi.....	102
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	102
4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	101
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas .....	106
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi .....	106
4.4.1.5 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas .....	107
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	108
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	109
4.4.4 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Customer Orientation of Employee</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> .....	112
4.4.5 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	112
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	114
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	114
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	117
5.2 Rekomendasi.....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat Hunian Kamar Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung 2013-2015.....	5
Tabel 1.2	Tingkat Hunian Kamar Hotel Pesaing Tahun 2014-2015 .....	5
Tabel 1.3	Tingkat Hunian Kamar Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Berdasarkan Segmentasi Pasar Tahun 2013-2015 .....	6
Tabel 1.4	Data <i>Ranking</i> Trip Advisor Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Tahun 2013-2015 .....	8
Tabel 1.5	Implementasi <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Melalui Program <i>Wow Service</i> Di Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung.....	13
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran Pariwisata Menurut Para Ahli.....	19
Tabel 2.2	Definisi <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Menurut Beberapa Ahli .....	23
Tabel 2.3	Definisi <i>Customer Retention</i> Menurut Beberapa Ahli.....	29
Tabel 2.4	Resume Penelitian Terlebih Dahulu .....	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	47
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	52
Tabel 3.3	Data Tingkat Hunian Kamar Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Tahun 2013-2015.....	53
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan <i>Customer Orientation Of Service Employee</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> .....	58
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i> .....	62
Tabel 3.6	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	66
Tabel 4.1	Daftar Kamar Di Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Berdasarkan Jenisnya ..	71
Tabel 4.2	Karakteristik Tamu Individu Reguler Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	73
Tabel 4.3	Karakteristik Tamu Individu Reguler Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	74
Tabel 4.4	Karakteristik Tamu Individu Reguler Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan ..	75
Tabel 4.5	Karakteristik Tamu Individu Reguler Berdasarkan Tempat Asal .....	76
Tabel 4.6	Tanggapan Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Terhadap <i>Need to Pamper</i> .....	85
Tabel 4.7	Tanggapan Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Terhadap <i>Need to Read the Customer</i> .....	87
Tabel 4.8	Tanggapan Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Terhadap <i>Need for Personal Relationship</i> .....	89
Tabel 4.9	Tanggapan Tamu Individu Reguler Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Terhadap <i>Need to deliver</i> .....	91
Tabel 4.10	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung.....	93
Tabel 4.11	Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Word of Mouth</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	96
Tabel 4.12	Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Repeat Purchase</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	97

Tabel 4.13	Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Non-Complaining Behavior</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	99
Tabel 4.14	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Reguler Terhadap <i>Customer Retention</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	101
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov.....	104
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	105
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	106
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi .....	107
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Multikolinearitas .....	108
Tabel 4.20	Output Pengaruh <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> Di Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	109
Tabel 4.21	Hasil Perhitungan Regresi Berganda .....	107
Tabel 4.22	Ouput ANOVA .....	113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Tingkat Hunian Kamar Hotel Bintang dan Non Bintang Di Jawa Barat Januari 2014-Januari 2015 .....	3
Gambar 1.2 Komentar Tamu Reguler Hotel Gino Feruci Bandung Tahun 2014-2015.....	8
Gambar 1.3 <i>Guest Feedback</i> Parameter Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung Tahun 2014-2015 .....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> Hotel Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	39
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Customer Orientation of Service Employee</i> yang Berdampak Pada <i>Customer Retention</i> .....	43
Gambar 3.1 Regresi Berganda .....	67
Gambar 4.1 Logo Gino Feruci Kebonjati Bandung .....	70
Gambar 4.2 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Frekuensi Menginap Dalam Kurun Waktu Satu Tahun .....	77
Gambar 4.3 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Keperluan Menginap.....	78
Gambar 4.4 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Lama Menginap .....	79
Gambar 4.5 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Alasan Menginap .....	80
Gambar 4.6 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Jenis Kamar yang Digunakan.....	81
Gambar 4.7 Pengalaman Tamu Individu Reguler Berdasarkan Via <i>Booking</i> Kamar.....	82
Gambar 4.8 Variabel <i>Customer Orientation of Service Employee</i> Pada Garis Kontinum .....	84
Gambar 4.9 Variabel <i>Customer Retention</i> Pada Garis Kontinum .....	95
Gambar 4.10 Histogram <i>Dependent</i> Variabel <i>Customer Retention</i> Di Hotel Gino Feruci Kebonjadi Bandung.....	102
Gambar 4.11 <i>Normal Probability Plots</i> .....	103
Gambar 4.12 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	105