

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Konsep Kepariwisata .....	13
2.1.1.1 Pengertian Pariwisata .....	13
2.1.1.2 Konsep Industri Pariwisata atau Usaha Pariwisata ....	14
2.1.1.3 Hotel Bagian dari Industri Pariwisata .....	16
2.1.1.4 Konsep Pemasaran Pariwisata dalam Pemasaran Hotel	17
2.1.2 Konsep <i>Customer Delight</i> .....	21
2.1.2.1 <i>Customer Delight</i> sebagai Strategi Pemasaran Hotel.	21

2.1.2.2 <i>Customer Delight</i> dalam <i>Customer Relationship Management</i> .....	22
2.1.2.3 Definisi <i>Customer Delight</i> .....	23
2.1.2.4 Dimensi <i>Customer Delight</i> .....	27
2.1.3 Konsep Loyalitas.....	30
2.1.3.1 Konsep <i>Customer Loyalty</i> .....	30
2.1.3.2 Definisi <i>Customer Loyalty</i> .....	30
2.1.3.3 Dimensi <i>Customer Loyalty</i> .....	32
2.1.3.4 Tahapan <i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.1.4 Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	35
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	36
2.2. Kerangka Pemikiran.....	39
2.3 Hipotesis .....	43
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Objek Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian .....	45
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	46
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	52
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel .....	53
3.2.4.1 Populasi .....	53
3.2.4.2 Sampel .....	53
3.2.4.3 Teknik Sampel .....	54
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....	57
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	63
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	64
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	64
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	65

Sinta Mawardini, 2017  
**PENGARUH CUSTOMER DELIGHT TERHADAP CUSTOMER LOYALTY**  
**DI ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE BANDUNG (Survei terhadap Tamu Member yang**  
**Menginap di Aston Braga Hotel & Residence)**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1 Profil Perusahaan dan Member Aston Braga Hotel & Residence ....	71
4.1.1 Profil Perusahaan .....	71
4.1.1.1 Identitas Perusahaan .....	71
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	72
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	73
4.1.1.4 Struktur Organisasi Aston Braga Hotel & Residence Bandung .....	74
4.1.2 Karakteristik <i>Member</i> Aston Braga Hotel & Residence Bandung .....	75
4.1.2.1 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	75
4.1.2.2 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Asal Tinggal dan Pekerjaan.....	76
4.1.2.3 Karakteristik <i>Member</i> Berdasarkan Pendidikan dan Penghasilan .....	77
4.1.3 Pengalaman <i>Member</i> Aston Braga Hotel & Residence Bandung	79
4.1.3.1 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan Tahun Keanggotaan di Aston Braga Hotel & Residence Bandung.....	79
4.1.3.2 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan Frekuensi Menginap dalam Satu Tahun di Aston Braga Hotel .....	80
4.1.3.3 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan <i>Partner</i> Menginap di Aston Braga Hotel & Residence Bandung.....	81
4.1.3.4 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan Berapa Malam Menginap di Aston Braga Hotel & Residence Bandung	82
4.1.3.5 Pengalaman <i>Member</i> Berdasarkan Biaya yang di Keluarkan saat Menginap di Aston Braga Hotel & Residence Bandung .....	83

4.1.3.6 Pengalaman <i>Member</i> yang Pernah Menginap Selain di Aston Braga Hotel & Residence .....	84
4.2 Pelaksanaan <i>Customer Delight</i> di Aston Braga Hotel & Residence	
Bandung .....	85
4.2.1 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Justice</i> .....	85
4.2.2 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Esteem</i> .....	88
4.2.3 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Security</i> .....	90
4.2.4 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	91
4.2.5 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Variety</i> .....	93
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Delight</i> di Aston Braga Hotel & Residence Bandung .....	95
4.3 Pelaksanaan <i>Customer Loyalty</i> di Aston Braga Hotel & Residence	
Bandung .....	97
4.3.1 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Berdasarkan <i>Behavior Measure</i> .....	97
4.3.2 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Berdasarkan <i>Switching Cost</i> .....	98
4.3.3 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Berdasarkan <i>Measuring Satisfaction</i> .....	100
4.3.4 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Berdasarkan <i>Liking of The Brand</i> .....	101
4.3.5 Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Berdasarkan <i>Commitment</i> .....	103
4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Member</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Aston Braga Hotel & Residence Bandung .....	105
4.4 Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Aston Braga Hotel & Residence Bandung .....	107
4.4.1 Analisis Regresi Berganda .....	108
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	108

Sinta Mawardini, 2017

PENGARUH CUSTOMER DELIGHT TERHADAP CUSTOMER LOYALTY

DI ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE BANDUNG (Survei terhadap Tamu Member yang  
Menginap di Aston Braga Hotel & Residence)

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

4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	110
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas .....	111
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	112
4.4.1.5 Hasil Pengujian Multikolinearitas .....	112
4.4.1.6 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Customer Delight Terhadap Customer Loyalty</i> .....	114
4.4.2 Hasil Pangujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	114
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	115
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial(Uji t)	117
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	118
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	118
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	119
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>121</b>
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Rekomendasi .....	122

## **DAFTAR PUSTAKA .....**

### **Lampiran-lampiran**

### **Riwayat Hidup**