

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Konsep Kepariwisata	11
2.1.1.1 Pengertian Pariwisata	11
2.1.1.2 Konsep Industri Pariwisata atau Usaha Pariwisata	12
2.1.1.3 Hotel Bagian dari Industri Pariwisata	14
2.1.1.4 Konsep Pemasaran Hotel dalam Pemasaran Pariwisata	16
2.1.2 Konsep <i>Co-Creation</i>	20
2.1.2.1 <i>Co-Creation</i> bagian dari <i>Customer Perceived Value</i>	20
2.1.2.2 <i>Co-Creation</i>	22
2.1.2.3 Definisi <i>Co-Creation</i>	22
2.1.2.4 Dimensi <i>Co-Creation</i>	24
2.1.3 <i>Customer Loyalty</i>	25

2.1.3.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i>	25
2.1.3.2 Tahapan <i>Customer Loyalty</i>	26
2.1.3.3 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	29
2.1.4 Pengaruh <i>Co-Creation</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	30
2.1.4.1 Orisinalitas Penelitian.....	30
2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
2.3 Hipotesis	38

BAB III OBJEK DAN MEODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	39
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	40
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	47
3.2.4.1 Populasi	47
3.2.4.2 Sampel	47
3.2.4.3 Teknik Sampling	48
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.2.6.1 Hasil Uji Validitas	50
3.2.6.2 Hasil Uji Reliabilitas	55
3.2.7 Analisis Data	56
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	57
3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif	57
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Profil Perusahaan	64
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	64
4.1.1.2 Sejarah Hotel Concordia Bandung	64
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	65
4.1.1.4 Struktur Organisasi Hotel Concordia Bandung.....	69

4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Tamu Member Hotel Concordia.....	71
4.1.2.1 Karakteristik Tamu Member Berdasarkan Lama Menjadi Member, Jenis Kelamin dan Usia di Hotel Concordia	71
4.1.2.2 Karakteristik Lama Menjadi Tamu Member Dilihat dari Asal Tinggal dan Pekerjaan di Hotel Concordia Bandung	72
4.1.2.3 Karakteristik Tamu Member yang Menginap di Hotel Concordia Bandung Berdasarkan Pertimbangan Memilih Menginap.....	73
4.1.3 Gambaran Pelaksanaan <i>Co-Creation</i> di Hotel Concordia Bandung.....	74
4.1.3.1 <i>Dialogue</i>	74
4.1.3.2 <i>Access</i>	78
4.1.3.3 <i>Transperancy</i>	80
4.1.4 Gambaran Pelaksanaan <i>Customer Loyalty</i> di Hotel Concordia Bandung83	
4.1.4.1 <i>Makes Regular Repeat Purchase</i>	83
4.1.4.2 <i>Purchase Across Product and Service Lines</i>	84
4.1.4.3 <i>Refers Other</i>	85
4.1.4.4 <i>Demonstrates an Immunity to the Full of the Competition</i>	86
4.1.5 Hasil Uji Analisis Pengaruh <i>Co-Creation</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..87	
4.1.5.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	87
4.1.5.2 Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas	89
4.1.5.3 Hasil Uji Linearitas.....	90
4.1.5.4 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi.....	91
4.1.5.5 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	92
4.1.5.6 Hasil Pengujian Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	93
4.1.6 Uji Hipotesis	94
4.1.6.1 Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji f)	94
4.1.6.2 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	95
4.1.6.3 Model Persamaan Rgresi Berganda Pengaruh <i>Co-Creation</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Hotel Concordia.....	96
4.2 Pembahasan.....	97
4.2.1 Tanggapan Tamu Member Bumi Sangkuriang Terhadap <i>Co-Creation</i> di Hotel Concordia.....	97

4.2.2 Tanggapan Tamu Member Bumi Sangkuriang Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Hotel Concordia	99
4.2.3 Pengaruh <i>Co-Creation</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Hotel Concordia	101
4.3 Temuan Penelitian.....	101
4.3.1 Temuan Bersifat Teoritik	101
4.3.2 Temuan Bersifat Empirik.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Rekomendasi	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
CURICULLUM VITAE	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Tingkat <i>Occupancy</i> di Hotel Concordia Tahun 2013-2016	5
Tabel 1.2 Data Member Bumi Sangkuriang di Hotel Concordia.....	7
Tabel 1.3 Implementasi <i>Co-Creation</i> di Hotel Concordia.....	5
Tabel 2.1 Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli	16
Tabel 2.2 Definisi <i>Customer Perceived Value</i> Menurut Para Ahli.....	20
Tabel 2.3 Definisi <i>Customer Loyalty</i> Menurut Para Ahli	26
Tabel 2.4 Orisinalitas Penelitian.....	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	47
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Co-Creation</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	57
Tabel 3.5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif.....	58
Tabel 4.1 Harga Kamar Hotel Concordia Bandung.....	67
Tabel 4.2 Lama Menjadi Member Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	72
Tabel 4.3 Lama Menjadi Member Berdasarkan Asal Tinggal dan Pekerjaan	73
Tabel 4.4 Karakteristik Member Berdasarkan Pertimbangan Mengingat.....	74
Tabel 4.5 Tanggapan Member Terhadap <i>Co-Creation</i> Berdasarkan <i>Dialogue</i>	76
Tabel 4.6 Tanggapan Member Terhadap <i>Co-Creation</i> Berdasarkan <i>Access</i>	80
Tabel 4.7 Tanggapan Member Terhadap <i>Co-Creation</i> Berdasarkan <i>Transperancy</i>	82
Tabel 4.8 Tanggapan Member Terhadap <i>Repeat Purchase</i>	84
Tabel 4.9 Tanggapan Member Terhadap <i>Purchase Across Product & Lines</i>	85
Tabel 4.10 Tanggapan Member Terhadap <i>Refers Other</i>	86
Tabel 4.11 Tanggapan Member Terhadap <i>Immunity</i>	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Asumsi Normalitas	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Asumsi Linearitas.....	92
Tabel 4.15 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	93
Tabel 4.16 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	94

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.18 Hasil <i>Output</i> Anova	95
Tabel 4.19 Hasil <i>Output</i> Koefisien Regresi	96
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Member Terhadap <i>Co-Creation</i>	98
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Member Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Segmentasi Tamu yang Menginap di Hotel Concordia.....	6
Gambar 2.1 Model Lima Langkah Proses Pemasaran	18
Gambar 2.2 Tahapan <i>Customer Loyalty</i>	27
Gambar 2.3 Piramida Loyalitas	29
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Tamu Hotel Concordia.....	37
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Tamu	38
Gambar 3.1 Regresi Linier Berganda	60
Gambar 4.1 Logo Bumi Sangkuriang	65
Gambar 4.2 Strukur Organisasi Hotel Concordia	71
Gambar 4.3 Histogram Variabel <i>Customer Loyalty</i>	89
Gambar 4.4 <i>Normal Probability Plot</i>	89
Gambar 4.5 Garis Konitnum Variabel <i>Co-Creation</i>	99
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel <i>Customer Loyalty</i>	101

