

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>   |            |
| <b>HALAMAN HAK CIPTA</b>   |            |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>  |            |
| <b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b>  |            |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRACK .....</b>  | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>iii</b> |
| <b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....   | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 10         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 10         |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....  | 11         |
| 1. Kegunaan Teoritis.....  | 11         |
| 2. Kegunaan Praktis.....   | 11         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN<br/>HIPOTESIS</b>                 |            |
| 2.1 Kajian Pustaka .....   | 12         |
| 2.1.1 Konsep <i>Service Guarantee</i> .....  | 12         |
| 2.1.1.1 <i>Service Guarantee</i> Dalam Pemasaran Jasa Hotel .....                  | 12         |
| 2.1.1.2 Definisi <i>service guaranteei</i> .....                                   | 17         |
| 2.1.1.3 Dimensi <i>service guarantee</i> .....                                     | 19         |
| 2.1.2 Konsep <i>Behavioral Intention</i> dalam <i>Consumer Behavior</i> .....      | 20         |
| 2.1.2.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i> .....                                 | 22         |
| 2.1.2.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i> .....                                  | 23         |
| 2.1.3 Pengaruh <i>Service Guarantee</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..... | 24         |
| 2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....   | 26         |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....   | 28         |
| 2.3 Hipotesis .....  | 31         |
| <b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>   |            |
| 3.1 Objek Penelitian .....   | 33         |
| 3.2 Metode Penelitian .....  | 34         |
| 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....                              | 34         |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 3.2.2   | Operasionalisasi Variabel .....               | 34 |
| 3.2.3   | Jenis dan Sumber Data .....                   | 38 |
| 3.2.4   | Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....   | 39 |
| 3.2.4.1 | Populasi .....                                | 39 |
| 3.2.4.2 | Sampel .....                                  | 40 |
| 3.2.4.3 | Teknik Sampling .....                         | 41 |
| 3.2.5   | Teknik Pengumpulan Data .....                 | 41 |
| 3.2.6   | Pengujian Validitas dan Reabilitas .....      | 42 |
| 3.2.6.1 | Hasil Pengujian Validitas .....               | 42 |
| 3.2.6.2 | Hasil Pengujian Reabilitas .....              | 45 |
| 3.2.7   | Rancangan Analisis Data .....                 | 47 |
| 3.2.7.1 | Analisis Data Deskriptif .....                | 47 |
| 3.2.7.2 | Analisis Data Verifikatif .....               | 49 |
| 3.2.7.3 | Teknik Analisis Linear Regresi Berganda ..... | 49 |
|         | 1. Uji Asumsi Regresi .....                   | 51 |
|         | 2. Analisis Korelasi .....                    | 52 |
|         | 3. Analisis Determinasi .....                 | 53 |
| 3.2.8   | Pengujian Hipotesis .....                     | 53 |
|         | 1. Secara Simultan .....                      | 53 |
|         | 2. Secara Parsial .....                       | 54 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| 4.1       | Profil Perusahaan .....  | 55 |
| 4.1.1     | Profil Perusahaan .....  | 55 |
| 4.1.1.1   | Identitas Perusahaan .....   | 55 |
| 4.1.1.2   | Sejarah Singkat Perusahaan .....   | 55 |
| 4.1.1.3   | Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....  | 56 |
| 4.1.1.3.1 | <i>Rooms</i> .....   | 56 |
| 4.1.1.3.2 | <i>Bar &amp; Restaurant</i> .....  | 57 |
| 4.1.1.3.3 | <i>Meeting Room</i> .....  | 57 |
| 4.1.1.3.4 | Fasilitas Lain .....   | 57 |
| 4.1.2     | Profil Tamu .....  | 57 |
| 4.1.2.1   | Keterkaitan Karakteristik Tamu yang Mendapatkan<br>Service Guarantee Dilihat dari Jenis Kelamin dan<br>Usia di Hotel Ibis Bandung Trans Studio .....                 | 58 |
| 4.1.2.2   | Keterkaitan Karakteristik Tamu yang Mendapatkan<br>Service Guarantee Dilihat dari Pekerjaan dan<br>Penghasilan Per Bulan di Hotel Ibis Bandung Trans<br>Studio ..... | 58 |
| 4.1.2.3   | Karakteristik Tamu yang Mendapatkan Service<br>Guarantee Dilihat dari Asal Tempat Tinggal .....  | 60 |
| 4.1.2.4   | Keterkaitan Pengalaman Tamu yang Mendapatkan<br>Service Guarantee Berdasarkan Lama Menginap dan  |    |

|  |    |
|--|----|
| Biaya yang Dikeluarkan di Hotel Ibis Bandung Trans Studi .....   | 61 |
| 4.1.2.5 Pengalaman Tamu Berdasarkan Bersama Siapa Menginap di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.....   | 62 |
| 4.1.2.6 Pengalaman Tamu Berdasarkan Pernah Menginap di Hotel Lain .....  | 64 |
| 4.1.2.7 Keterkaitan Pengalaman Tamu Berdasarkan Cara Pemesanan dan Tipe Kamar yang Dipilih.....  | 65 |
| 4.1.2.8 Keterkaitan Pengalaman Tamu Berdasarkan Cara Pemesanan Kamar dan Paket yang Dipilih .....  | 66 |
| 4.2 Gambaran Mengenai Service Guarantee Beserta Dimensi.....   | 67 |
| 4.2.1 Gambaran <i>Service Guarantee</i> .....  | 67 |
| 4.2.2 Dimensi <i>Service Guarantee</i> .....   | 69 |
| 4.2.2.1 <i>Level of Service Guarantee</i> .....  | 69 |
| 4.2.2.2 <i>Value to The Customer</i> .....   | 71 |
| 4.2.2.3 <i>Customer Expectation</i> .....  | 72 |
| 4.2.2.4 <i>Ease of Claiming The Compensation</i> .....   | 73 |
| 4.2.2.5 <i>Value of The Compensation</i> .....   | 75 |
| 4.3 Gambaran <i>Behavioral Intention</i> di Hotel Ibis Bandung Trans Studio dan Dimensi .....  | 76 |
| 4.3.1 Gambaran <i>Behavioral Intention</i> .....   | 76 |
| 4.3.2 Gambaran Dimensi <i>Intention of Revisit</i> .....   | 78 |
| 4.3.3 Gambaran Dimensi <i>Word of Mouth</i> .....  | 80 |
| 4.3.4 Gambaran Dimensi <i>Search for Alternative</i> .....   | 81 |
| 4.4 Pengaruh <i>Service Guarantee</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....   | 82 |
| 4.4.1 Regresi Berganda.....  | 82 |
| 4.4.1.1 Uji Asumsi Regresi .....   | 82 |
| a. Hasil Uji Normalitas .....  | 82 |
| b. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....  | 83 |
| c. Hasil Uji Linieritas .....  | 84 |
| d. Hasil Uji Multikolinearitas .....   | 85 |
| e. Hasil Uji Autokorelasi .....  | 86 |
| 4.4.1.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....  | 87 |
| 4.4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....  | 88 |
| 4.4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T).....   | 89 |
| 4.4.1.5 Model Persamaan Regresi Linier Berganda Pengaruh <i>Service Guarantee</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Di Hotel Ibis Bandung Trans Studio..... | 91 |
| 4.5 Pembahasan .....   | 92 |
| 4.5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....   | 92 |

|  |    |
|--|----|
| 4.5.1.1 Pembahasan <i>Service Guarantee</i> .....  | 92 |
| 4.5.1.2 Pembahasan <i>Behavioral Intention</i> .....   | 93 |
| 4.5.1.3 Pembahasan Pengaruh <i>Service Guarantee</i> Terhadap<br><i>Behavioral Intention</i> ..... | 94 |
| 4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....  | 94 |
| 4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....   | 94 |
| 4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....   | 96 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>  |    |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 97 |
| 5.2 Rekomendasi .....  | 98 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  |    |
| <b>LAMPIRAN</b>  |    |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 <i>Room Occupancy</i> Hotel Ibis Bandung Trans Studio .....   | 4  |
| Tabel 1.2 Data Alasan Tamu Tidak Merasa Puas.....   | 6  |
| Tabel 1.3 Data Alasan Tamu Merekomendasikan Hotel Ibis Bandung<br>Trans Studio.....   | 7  |
| Tabel 1.4 Keluhan Beserta Kompensasi Yang Diterima Oleh Tamu.....   | 8  |
| Tabel 1.5 Implementasi <i>Service Guarantee</i> Yang Dilakukan Di Hotel Ibis<br>Bandung Trans Studio .....  | 9  |
| Tabel 2.1 Definisi <i>Service Guarantee</i> .....   | 18 |
| Tabel 2.2 Definisi <i>Behavioral Intention</i> .....  | 22 |
| Tabel 2.3 Orisinalitas Penelitian .....   | 26 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel .....  | 35 |
| Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....  | 39 |
| Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian .....  | 44 |
| Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas .....  | 47 |
| Tabel 3.5 Koefisien Korelasi .....  | 52 |
| Tabel 4.1 Keterkaitan Karakteristik Tamu Dilihat Dari Jenis Kelamin Dan Usia<br>Di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.....   | 58 |
| Tabel 4.2 Keterkaitan Karakteristik Tamu Mendapatkan <i>Service Guarantee</i><br>Dilihat Dari Pekerjaan Dan Penghasilan Di Hotel Ibis Bandung Trans<br>Studio ..... | 60 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Tamu Mendapatkan <i>Service Guarantee</i> Dilihat Dari<br>Asal Tinggal.....   | 61 |
| Tabel 4.4 Keterkaitan Pengalaman Tamu Mendapatkan <i>Service Guarantee</i><br>Berdasarkan Lama Menginap Dan Biaya Yang Dikeluarkan .....                            | 62 |
| Tabel 4.5 Data Pengalaman Tamu Berdasarkan Bersama Siapa Tamu<br>Menginap Di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.....   | 63 |
| Tabel 4.6 Data Pengalaman Tamu Berdasarkan Pernah Menginap Di Hotel<br>Lain .....   | 64 |
| Tabel 4.7 Keterkaitan Pengalaman Tamu Berdasarkan Cara Pemesanan Kamar<br>Dan Tipe Kamar Yang Dipilih.....  | 65 |
| Tabel 4.8 Keterkaitan Pengalaman Tamu Berdasarkan Cara Pemesanan Kamar  |    |

|  |    |
|--|----|
| Dan Paket Yang Dipilih .....   | 66 |
| Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Mengenai <i>Service Guarantee</i> Di<br>Hotel Ibis Bandung Trans Studio .....      | 68 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Level Of Service Guarantee</i> ....  | 70 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Value To The Customer</i> .....  | 72 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>customer Expectation</i> .....   | 73 |
| Tabel 4.13 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Ease Of Claming The<br/>    Compensation</i> .....                         | 74 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Value Of The Compensation</i> ...  | 75 |
| Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Mengenai <i>Behavioral Inetention</i> Di<br>Hotel Ibis Bandung Trans Studio ..... | 76 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Intention Of Revisit</i> .....   | 79 |
| Tabel 4.17 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Word Of Mouth</i> .....  | 80 |
| Tabel 4.18 Tanggapan Tamu Terhadap Dimensi <i>Search For Alternative</i> .....   | 82 |
| Tabel 4.19 Hasil Pengujian Normalitas Dengan Menggunakan Kolmogorov-<br>Smirnov .....                                    | 83 |
| Tabel 4.20 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskidastisitas.....   | 84 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Linearitas X Terhadap Y .....   | 85 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinearitas .....   | 86 |
| Tabel 4.27 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi .....   | 86 |
| Tabel 4.28 Output Pengaruh <i>Service Guarantee</i> Terhadap<br><i>Behavioral Intention</i> .....                        | 88 |
| Tabel 4.29 Hasil Uji F .....   | 89 |
| Tabel 4.30 Hasil Uji T.....  | 90 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 <i>Service Recovery Strategies</i> .....   | 15 |
| Gambar 2.2 Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa .....   | 21 |
| Gambar 2.3 <i>Indirect Benefits Of Satisfaction Guarantee</i> .....   | 25 |
| Gambar 2.4 Kerangka pemikiran Pengaruh <i>Service Guarantee</i> Terhadap<br><i>Behavioral Intention</i> ..... | 30 |
| Gambar 2.5 Paradigma Penelitian.....  | 31 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur Sub.....   | 50 |
| Gambar 4.1 Logo Hotel Ibis Bandung Trans Studio .....   | 55 |
| Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel <i>Service Guarantee</i> .....   | 69 |
| Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....  | 78 |