

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK ii

ABSTRACT iii

KATA PENGANTAR iv

UCAPAN TERIMA KASIH v

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 Konsep *Personal Selling* 14

2.1.1.1 Konsep <i>Personal Selling</i> dalam <i>Hospitality Marketing</i>	14
2.1.1.2 Definisi <i>Personal Selling</i>	23
2.1.1.3 Ciri-ciri <i>Personal Selling</i>	25
2.1.1.4 Bentuk-Bentuk <i>Personal Selling</i>	26
2.1.1.5 Aktivitas <i>Personal Selling</i>	27
2.1.1.6 Dimensi <i>Personal Selling</i>	32
2.1.2 Konsep <i>Sales Promotion</i>	33
2.1.2.1 Definisi <i>Sales Promotion</i>	33
2.1.2.2 Tujuan <i>Sales Promotion</i>	36
2.1.2.3 Alat <i>Sales Promotion</i>	37
2.1.2.5 Dimensi <i>Sales Promotion</i>	39
2.1.3 Konsep Keputusan Menginap	41
2.1.3.1 Definisi Keputusan Menginap	41
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tamu	42
2.1.3.3 Dimensi dalam Proses Keputusan Menginap	43
2.1.3.4 Tahap dalam Pengambilan Keputusan Menginap	45
2.1.4 Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Sales Promotion</i>	
Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis	47
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	49
2.2 Kerangka Pemikiran	53

2.3	Hipotesis	60
-----	-----------------	----

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	63
3.2	Metode Penelitian	64
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan	64
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	65
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	70
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	72
3.2.4.1	Populasi	72
3.2.4.2	Sampel	72
3.2.4.3	Teknik Penarikan Sampel	74
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	75
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	76
3.2.6.1	Pengujian Validitas	76
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas	80
3.2.7	Teknik Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis	83
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	83
3.2.7.2	Regresi Berganda	83
3.2.7.4	Pengujian Hipotesis	85

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Perusahaan dan Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel	86
4.1.1	Profil Perusahaan	86
4.1.1.1	Identitas Perusahaan	86
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	87
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	88
4.1.2	Profil Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel	96
4.1.2.1	Jenis Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel	96
4.1.2.2	Jenis Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel Berdasarkan Usia dan Posisi di Perusahaan	97
4.1.2.3	Jenis Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel Berdasarkan Tahun Awal Menjadi Tamu Bisnis dan Asal Perusahaan	98
4.1.2.4	Jenis Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel Berdasarkan Frekuensi Memesan Kamar dan Rata-rata Lama Menginap	99
4.1.2.5	Jenis Tamu Bisnis Sahira Butik Hotel Berdasarkan Alasan Menginap dan Biaya yang Dikeluarkan	101
4.2	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Personal Selling</i> di Sahira Butik Hotel	102
4.2.1	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Personal Skills</i> di Sahira Butik Hotel	103
4.2.2	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Selling Skills</i>	

di Sahira Butik Hotel	105
4.2.3 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap	
<i>Personal Selling</i> di Sahira Butik Hotel	108
4.3 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Sales Promotion Tools</i>	
di Sahira Butik Hotel	110
4.3.1 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Sales Promotion Tools</i>	
di Sahira Butik Hotel Melalui Kupon	111
4.3.2 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Sales Promotion Tools</i> di Sahira Butik	
Hotel Melalui Potongan Harga	112
4.3.3 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Sales Promotion Tools</i> di Sahira Butik	
Hotel Melalui Hadiah	114
4.3.4 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Sales Promotion Tools</i> di	
Sahira Butik Hotel	115
4.4 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di	
Sahira Butik Hotel.....	118
4.4.1 Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik	
Hotel Berdasarkan <i>Price</i>	118
4.4.2 Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik	
Hotel Berdasarkan <i>Supplier Reputation</i>	120

4.4.3	Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik Hotel Berdasarkan <i>Product Reliability</i>	121
4.4.4	Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik Hotel Berdasarkan <i>Service Reliability</i>	122
4.4.5	Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik Hotel Berdasarkan <i>Supplier Flexibility</i>	123
4.4.6	Rekapitulasi Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik Hotel	125
4.5	Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Sales Promotion Tools</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik Hotel	128
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Regresi	128
4.5.1.1	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	128
4.5.1.2	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	129
4.5.1.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	130
4.5.1.4	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Sales Promotion Tools</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Sahira Butik Hotel.....	131
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	132
4.6.1	Implikasi Temuan Bersifat Teoritik	132
4.6.2	Implikasi Temuan Bersifat Empirik.....	134

5.1	Kesimpulan	135
5.2	Saran.....	13

