

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 <i>Public Relations</i>	18
2.1.1.1 <i>Public Relations</i> bagian dari <i>marketing mix</i>	18
2.1.1.2 Definisi <i>Public Relations</i>	26
2.1.1.3 Dimensi <i>Public Relations</i>	29
2.1.1.4 Tujuan <i>Public Relations</i>	34
2.1.1.5 Fungsi <i>Public Relations</i>	37
2.1.1.6 Peranan <i>Public Relations</i>	37
2.1.2 Keputusan Menginap	44
2.1.2.1 Konsep Keputusan Menginap Tamu Bisnis.....	44
2.1.2.1 Model Perilaku Tamu Bisnis.....	46

Herlan Setiawan, 2013

Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Tamu Bisnis untuk Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung (Survei pada Tamu Bisnis yang Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung)

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

2.1.2.3	Fakor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Tamu Bisnis	50
2.1.2.4	Tahap-tahap Proses Pengambilan keputusan Menginap Tamu Bisnis.....	53
2.1.2.5	Jenis Perilaku Tamu Bisnis dalam Melakukan Keputusan Pembelian	56
2.1.3	Pengaruh <i>Public Relations</i> terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis	57
2.1.4	Orisinalitas Penelitian	59
2.2	Kerangka Pemikiran	62
2.3	Hipotesis	67
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	70
3.2	Metode Penelitian.....	71
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	71
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	72
3.2.3	Sumber dan Cara Penentuan Data	78
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	80
3.2.4.1	Populasi.....	80
3.2.4.2	Sampel.....	81
3.2.4.3	Teknik Sampling	84
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	85
3.2.6	Pengujian Validitas dan Realibilitas	86
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas.....	87

3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibilitas	93
3.2.7 Teknik Analisis Data	96
3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	96
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	97

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Tamu Hotel Grand Aquila Bandung	105
4.1.1 Profil Perusahaan	105
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	105
4.1.1.2 Sejarah Hotel Grand Aquila Bandung	106
4.1.1.3 Struktur Organisasi Hotel Grand Aquila Bandung.....	108
4.1.1.4 Produk dan Jasa yang ditawarkan	109
4.1.1.5 Pelaksanaan <i>Public Relations</i> dan Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Grand Aquila Bandung	111
4.1.2 Profil Tamu Hotel Grand Aquila Bandung	113
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Jenis Tamu Bisnis.....	113
4.1.2.2 Jenis Kelamin dan Usia Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis	115
4.1.2.3 Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis	116
4.1.2.4 Penghasilan dan Jenis Kamar Hotel Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis.....	118
4.1.2.5 Rata-rata Menginap dan Lama Menginap Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis	120

4.1.2.6 Rata-rata Menginap dan Penghasilan Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis	121
4.1.2.7 Asal Daerah dan Alasan Tamu Bisnis Menginap Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis	123
4.1.2.8 Rata-rata Pengeluaran dan Alasan Tamu Menginap Dikaitkan dengan Jenis Tamu Bisnis	125
4.2 Tanggapan Tamu Bisnis yang Menginap terhadap <i>Public Relations</i>	127
4.2.1 <i>Public Relations</i>	127
4.2.2 Dimensi-dimensi <i>Public Relations</i>	129
4.2.2.1 <i>News</i>	129
4.2.2.2 <i>Written Materials</i>	131
4.2.2.3 <i>Audiovisual Materials</i>	133
4.2.2.4 <i>Corporate Identity Materials</i>	135
4.2.2.5 Rekapitulasi Dimensi <i>Public Relations</i> Hotel Grand Aquila ..	137
4.3 Tanggapan Tamu Bisnis yang Menginap terhadap Keputusan Menginap...	138
4.3.1 Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Grand Aquila Bandung.....	138
4.3.2 Dimensi-dimensi Keputusan Menginap Tamu Bisnis	139
4.3.2.1 Pemilihan Produk	139
4.3.2.2 Pemilihan Pemasok	141
4.3.2.3 Jumlah Pembelian.....	142
4.3.2.4 Waktu Menginap	143
4.3.2.5 Persyaratan Pelayanan.....	144
4.3.2.6 Metode Pembayaran	146

4.3.2.7 Rekapitulasi Dimensi Keputusan Menginap Tamu Bisnis.....	147
4.4 Pengaruh <i>Public Relations</i> terhadap Keputusan Menginap di Hotel Grand Aquila Bandung.....	148
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	152
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	152
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	153
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	155
5.2 Rekomendasi	156
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	