

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Hotel and Residence	11
2.1.1 Definisi Hotel.....	11
2.1.2 Jenis- Jenis Hotel	11
2.2 Meeting Package	14
2.3 Personal Selling.....	14
2.3.1 Definisi <i>Personal Selling</i>	14
2.3.2 Karakteristik <i>Personal Selling</i>	18
2.3.3 Sifat dan Kelebihan <i>Personal Selling</i>	19
2.3.4 Fungsi <i>Personal Selling</i>	21
2.3.5 Tipe-Tipe <i>Personal Selling</i>	22
2.3.6 Perbedaan <i>Personal Selling</i> dan <i>Direct Marketing</i>	23
2.3.6 Dimensi <i>Personal Selling</i>	23
2.4 Keputusan Pembelian	25

2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.4.3 Peranan Konsumen Dalam Membeli	27
2.4.4 Proses Keputusan Pembelian	28
2.4.5 Dimensi Keputusan Pembelian	30
2.4 Orisinalitas Penelitian.....	31
2.5 Kerangka Berpikir	33
2.6 Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

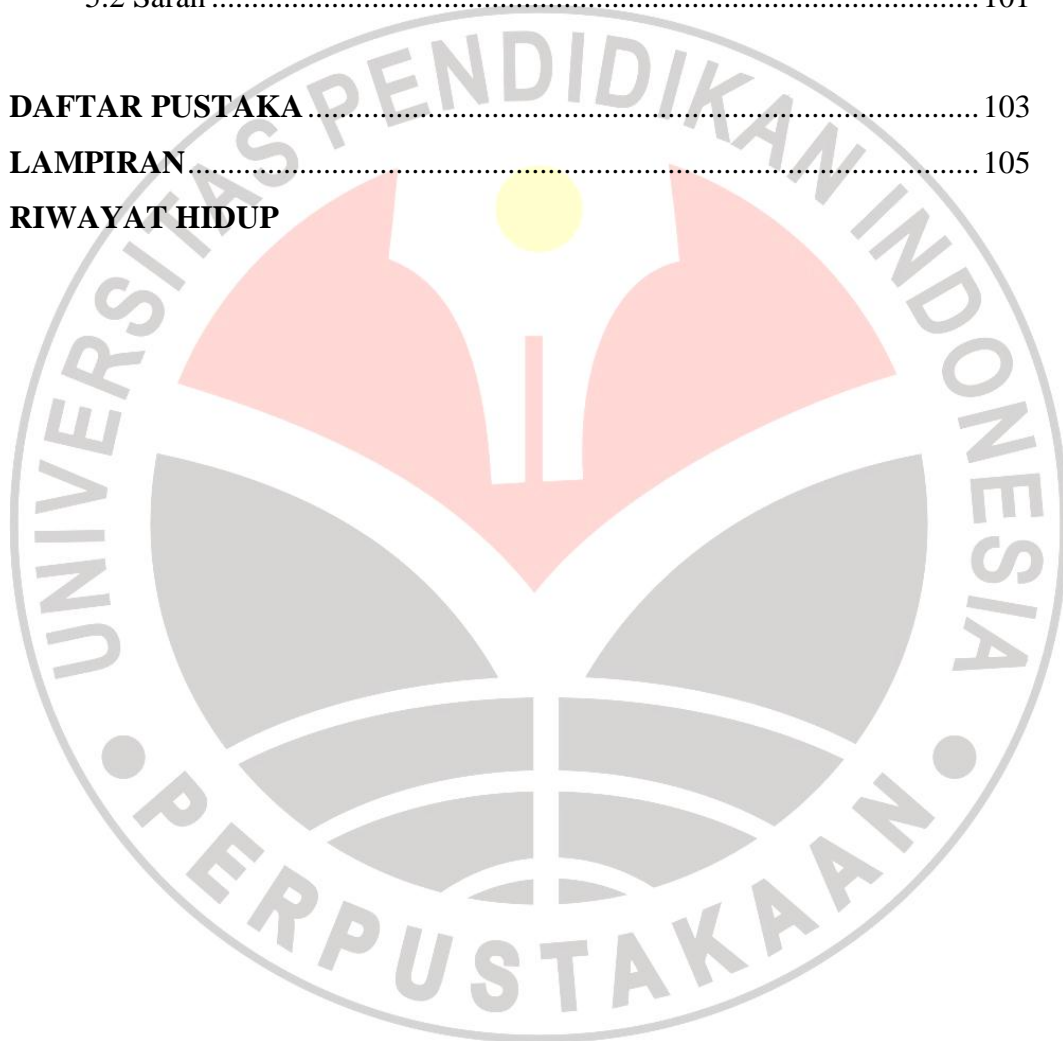
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	35
3.2 Desain Penelitian	36
3.2.1 Metode Penelitian	36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	41
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.4.1 Sumber Data Primer.....	42
3.4.2 Sumber Data Sekunder	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Metode Analisis Data	44
3.6.1 Pengukuran Data.....	44
3.6.2 Penetapan Skala	44
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	45
3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.7.3 <i>Method Successive Interval (MSI)</i>	50
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	51
3.8.2 Uji Korelasi.....	52

3.8.3 Koefisien Determinasi	53
3.8.4 Rancangan Uji Hipotesis.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Lokasi Penelitian	56
4.1.1 Sejarah Singkat Aston Braga Hotel and Residence	56
4.1.2 Visi dan Misi Aston Braga Hotel and Residence.....	57
4.1.3 Fasilitas <i>Meeting Room</i> Aston Braga Hotel and Residence.....	57
4.1.4 Jenis Produk <i>Meeting Package</i> Aston Braga Hotel and Residence.....	58
4.1.4 Karakteristik Tamu Bisnis Aston Braga Hotel and Residence.....	60
4.2 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Personal Selling Meeting Package</i> di Aston Braga Hotel and Residence	67
4.2.1 <i>Presentation</i>	68
4.2.2 <i>Handling Objection</i>	70
4.2.3 <i>Closing The Sales</i>	72
4.2.4 <i>Following Up</i>	75
4.2.5 Rekapitulasi <i>Personal Selling</i>	78
4.3 Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian <i>Meeting Package</i> di Aston Braga Hotel and Residence	81
4.3.1 Pilihan Produk.....	82
4.3.2 Pilihan Waktu Pembelian.....	84
4.3.3 Jumlah Pembelian	86
4.3.4 Metode Pembayaran.....	88
4.3.5 Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....	90
4.4 Pengaruh Program <i>Personal Selling Meeting Package</i> Terhadap Keputusan Pembelian Tamu Bisnis di Aston Braga Hotel and Residence	93
4.4.1 Uji Normalitas.....	93
4.4.2 Uji Korelasi.....	94

4.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	95
4.4.4 Koefisien Determinasi	97
4.4.5 Pengujian Hipotesis	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	105
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar hotel bintang empat di kota Bandung	2
Tabel 1.2 <i>Segmentation statistic report</i> Aston Braga Hotel and Residence	5
Tabel 1.3 Pembelian <i>meeting package</i> Aston Braga Hotel and Residence	6
Tabel 2.1 Perbedaan <i>Personal Selling</i> dan <i>Direct Marketing</i>	23
Tabel 2.2 Orisinalitas penelitian	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel	38
Tabel 3.2 Hasil pengukuran uji validitas <i>personal selling</i>	46
Tabel 3.3 Hasil pengukuran uji validitas keputusan pembelian	47
Tabel 3.4 Hasil pengukuran uji reliabilitas instrument penelitian	50
Tabel 3.5 Interpretasi koefisien korelasi	52
Tabel 3.6 Pedoman interpretasi koefisien determinasi	58
Tabel 4.1 Jenis-jenis <i>meeting room</i> Aston Braga Hotel and Residence	54
Tabel 4.2 <i>Residential Meeting package</i> Aston Braga Hotel and Residence	58
Tabel 4.3 <i>Day Meeting Package</i>	60
Tabel 4.4 Perusahaan dari tamu bisnis Aston Braga Hotel and Residence	66
Tabel 4.5 Hasil analisis <i>presentation</i>	68
Tabel 4.6 Hasil analisis <i>handling objection</i>	70
Tabel 4.7 Hasil analisis <i>closing the sales</i>	73
Tabel 4.8 Hasil analisis <i>following up</i>	75
Tabel 4.9 Hasil rekapitulasi <i>personal selling</i>	78
Tabel 4.10 Hasil analisis pilihan produk	82
Tabel 4.11 Hasil analisis pilihan waktu pembelian	84
Tabel 4.12 Hasil analisis jumlah pembelian	86

Tabel 4.13 Hasil analisis metode pembayaran.....	88
Tabel 4.14 Hasil rekapitulasi keputusan pembelian.....	90
Tabel 4.15 Uji normalitas.....	94
Tabel 4.16 Korelasi pearson.....	95
Tabel 4.17 Regresi linier sederhana.....	96
Tabel 4.18 Model summary.....	97
Tabel 4.19 Koefisien regresi.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model keputusan pembelian lima tahap.....	28
Gambar 2.2 Kerangka berpikir.....	33
Gambar 3.1 Denah lokasi Aston Braga Hotel and Residence.....	35
Gambar 4.1 Usia tamu bisnis	61
Gambar 4.2 Jenis kelamin tamu bisnis.....	62
Gambar 4.3 Pendidikan tamu bisnis	63
Gambar 4.4 Pekerjaan tamu bisnis.....	64
Gambar 4.5 Kota asal tamu bisnis.....	65
Gambar 4.6 Garis kontinum <i>presentation</i>	69
Gambar 4.7 Garis kontinum <i>handling objection</i>	72
Gambar 4.8 Garis kontinum <i>closing the sales</i>	74
Gambar 4.9 Garis kontinum <i>following up</i>	77
Gambar 4.10 Garis kontinum <i>personal selling</i>	79
Gambar 4.11 Garis kontinum pilihan produk	83
Gambar 4.12 Garis kontinum pilihan waktu pembelian	85
Gambar 4.13 Garis kontinum jumlah pembelian	87
Gambar 4.14 Garis kontinum metode pembayaran.....	89
Gambar 4.15 Garis kontinum keputusan pembelian.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Coding Instrumen Penelitisan
- Lampiran 3 Coding Hasil Uji Validitas X&Y
- Lampiran 4 Coding Hasil Uji Realibitas X
- Lampiran 5 Coding Hasil Reliabilitas Y
- Lampiran 6 Buku Bimbingan
- Lampiran 7 Surat Penelitian
- Lampiran 8 Surat Keputusan