

**PENGARUH *PRESENTATION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
TAMU BISNIS DI GINO FERUCI BRAGA HOTEL BANDUNG**

(Survei Pada Tamu Bisnis yang Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung)

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pariwisata



Oleh :
Bakti Bahtiar
0805847

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2015**

**PENGARUH *PRESENTATION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
TAMU BISNIS DI GINO FERUCI BRAGA HOTEL BANDUNG**

Oleh :
Bakti Bahtiar
0805847

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Bakti Bahtiar 2015
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2015

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian
Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *PRESENTATION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
TAMU BISNIS DI GINO FERUCI BRAGA HOTEL BANDUNG**
(Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

HP. Diyah Setiyorini,MM
NIP. 19761031 200812 2 001

Taufik Abdullah, SE.,MM.Par
NIDN. 0424108501

Mengetahui :

**Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata**

HP. Diyah Setiyorini.,MM
NIP. 19761031 200812 2 001

Tanggung Jawab Yuridis Ada Pada Penulis,

BAKTI BAHTIAR
NIM. 0805847

ABSTRACT

Bakti Bahtiar. 0805847, "*The Effects of Presentation Mix on Against Business Guests Stay at Gino Feruci Braga Hotel in Bandung City (Survey of Business Guests Who Have Stayed at Gino Feruci Braga Hotel Bandung)*" Under the guidance of HP. Diyah Setiyorini, MM and Taufik Maulana, SE.,MM.Par

Tourism industry in Indonesia has developed very advanced, this is due to the increasing number of tourists both foreign tourists and domestic tourists. The development of the need for care and maintenance as well as improvement in various sectors, especially regarding the facility and to provide easy of accommodation for tourists visiting.

Gino Feruci Braga Hotel is one of the providers of accommodation services are located in Braga Street No. 67 Bandung, this is 4-star hotel stands on September 23 2012, at this young age, is expected Gino Feruci Braga Hotel can contribute to the world of hospitality. The purpose of this study to determine the image of the Presentation Mix on against Business Guests Stay in Gino Feruci Braga Hotel. In this study examined independent variables (X) consisting of Physical Location , Atmosphere and Personnel. Dependent variable (Y) againt Business Guests Stay.

Type of research is descriptive and verification . The method used is a survey method is purposive sampling technique . The object of this research is that business gusets who have stayed at Gino Feruci Braga Hotel Bandung with a sample size of 100 respondents . Data collection techniques in this study through questionnaires interviews , observation and study of literature . The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 20 for windows.

Keywords: Presentation Mix (Physical Location, Atmosphere and Personnel) and Against Stay Decision Business Guests.

ABSTRAK

Bakti Bahtiar. 0805847, “**Pengaruh *Presentation Mix* Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Bandung (Survei pada Tamu Bisnis yang Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung)**” dibawah bimbingan HP. Diyah Setiyorini, MM dan Taufik Maulana, SE.,MM.Par

Industri pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini disebabkan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. perkembangan tersebut perlu adanya pemeliharaan dan perawatan serta perbaikan di berbagai sektor terutama mengenai fasilitas dan akomodasi untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan.

Hotel Gino Feruci Braga merupakan salah satu penyedia jasa akomodasi yang terletak di Jalan Braga no 67 Bandung, hotel bintang 4 ini berdiri pada 23 September 2012, dengan usianya yang masi muda, diharapkan Hotel Gino Feruci Braga dapat memberikan kontribusi terhadap dunia *hospitality*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran mengenai *Presentation Mix* dan keputusan menginap tamu bisnis di Gino Feruci Braga bandung. Dalam penelitian ini variabel yang di teliti yaitu variabel bebas (X) yang terdiri dari *Physical Location*, *Atmosphere* dan *Personnel*, dengan variabel tidak bebas (Y) keputusan berkunjung.

Jenis penelitan yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan teknik yaitu *puspositive sampling*. Objek dalam penelitian ini adalah tamu bisnis yang mengiap di Hotel Gino Feruci Braga Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, kuisisioner, observasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan *spss 20 for windows*.

Kata Kunci: *Presentation Mix (Physical Location, Atmosphere dan Personnel)* dan Keputusan Menginap Tamu Bisnis.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Kegunaan Penelitian	18

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	20
2.1.1 Konsep <i>Presentation Mix</i> dalam Industri Akomodasi	20
2.1.1.1 Konsep <i>Presentation Mix</i> dalam <i>The Hospitality Marketing Mix</i>	20
2.1.1.2 Definisi <i>Presentaion Mix</i>	29
2.1.1.3 Dimensi <i>Presntation Mix</i>	31
2.1.1.4 Konsep Hotel.....	32
2.1.1.5 Jenis-Jenis Hotel.....	32
2.1.1.6 Pasar dan Karakteristik Tamu	34
2.1.1.4 Konsep Hotel.....	32
2.1.1.7 Produk Hotel	40
2.1.1.8 <i>Presentation Mix</i> dalam Hotel	43
2.1.2 Pengertian Keputusan Menginap	45
2.1.2.1 Definisi Keputusan Menginap	45
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tamu	47

2.1.2.3 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Menginap Tamu.....	50
2.1.2.4 Model Pengambilan Keputusan Tamu.....	53
2.1.2.5 Peran Tamu dalam Menginap	57
2.1.3 Pengaruh <i>Presentation Mix</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu	57
2.1.3.1 Orisinalitas Penelitian.....	58
2.2 Kerangka pemikiran	59
2.3 Hipotesis	66

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	69
3.2 Metode Penelitian	69
3.2.1 Jenis penelitian dan metode yang digunakan.....	69
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	71
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	78
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	80
3.2.4.1 Populasi	80
3.2.4.2 Sampel	80
3.2.4.3 Teknik Sampling	81
3.3 Teknik Pengumpulan Data	82
3.4 Teknik Pengujian Data Validitas dan Reliabilitas	84
3.4.1 Pengujian Validitas	84
3.4.2 Pengujian Realibilitas	88
3.5 Rancangan Analisis Data	90
3.5.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	90
3.5.2 Rancangan Analisis Data verifikatif	90
3.6 Uji Asumsi Regresi	93
3.7 Pengujian Hipotesis.....	94

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	98
4.1.1 Profil Perusahaan	98
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	98
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	98

4.1.1.3 Produk dan Jasa yang di Tawarkan	100
4.1.1.4 Struktur Organisasi Gino Feruci Braga Hotel Bandung	101
4.1.2 Profil Tamu Bisnis yang Melakukan Pembelian di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	103
4.1.2.1 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	103
4.1.2.2 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Status Marital dan Usia	104
4.1.2.3 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Domisili	104
4.1.2.4 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir	105
4.1.2.5 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	106
4.1.2.6 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Alasan Menginap	107
4.1.2.7 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Jenis Kegiatan yang dilakukan	108
4.1.2.8 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Lama Bekerja dan Jenis Pekerjaan	109
4.1.2.9 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jabatan di Perusahaan	109
4.1.2.10 Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Jumlah Orang yang Melakukan Kegiatan Bisnis	111
4.1.3 Pengalaman Tamu Bisnis yang Melakukan Pembelian di Hotel Gino Feruci Braga Bandung	112
4.1.3.1 Frekuensi Jenis Perusahaan Dalam Menggunakan Fasilitas di Gino Feruci Braga Hotel Bandung Selama 1 Tahun Terakhir	112
4.1.3.2 Rata-rata Pengeluaran Perusahaan Setiap Menggunakan Fasilitas untuk Kegiatan Perusahaan di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	113
4.1.3.3 Jenis Fasilitas yang Sering digunakan Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	114
4.1.4 Penilaian Tamu Bisnis yang Melakukan Pembelian di Gino Feruci Braga Bandung	115

4.1.4.1	Penilaian Tamu Bisnis yang Melakukan Pembelian di Gino Feruci Braga Bandung	115
4.1.4.2	Penggunaan Fasilitas Meeting Package di Hotel Lain.....	116
4.1.4.3	Aspek-Aspek Gino Feruci Braga Hotel Bandung	118
4.1.4.4	Informasi Mengenai Penawaran Fasilitas di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	121
4.2	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Presentation Mix di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	121
4.2.1	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Physical Location di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	122
4.2.2	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Atmosphere</i> di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	124
4.2.3	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Personnel</i> Di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	126
4.2.4	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Presentation Mix</i> di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	128
4.3	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Keputusan Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	130
4.3.1	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Pilihan Produk dan Jasa di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	130
4.3.2	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Pemilihan Pemasok di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	132
4.3.3	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Jumlah Pesanan di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	134
4.3.4	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Persyaratan dan Waktu Pembelian di Gino Feruci Braga Hotel Bandung.....	135
4.3.5	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Persyaratan Pelayanan di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	136
4.3.6	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Pembayaran di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	137
4.3.7	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Keputusan Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	138

4.4	Pengaruh <i>Presentation Mix</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	140
4.4.1	Hasil Uji Asumsi	141
4.4.1.1	Uji Normalitas	141
4.4.1.2	Uji Gejala Heteroskedastisitas	143
4.4.1.3	Uji Gejala Multikolinearitas	144
4.4.1.4	Uji Gejala Autokorelasi	144
4.4.2	Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)	146
4.4.3	Uji Keseluruhan Koefisien Regresi Secara Serempak	147
4.4.4	Uji Keseluruhan Koefisien Regresi Secara Parsial	148
4.4.5	Model Persamaan Regresi Pengaruh <i>Presentation Mix</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Badung.....	150
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	150
4.5.1	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	150
4.5.2	Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empirik	151
BAB V KESIMPULAN		
5.1	Kesimpulan	153
5.2	Rekomendasi	154
	DAFTAR PUSTAKA	158
	LAMPIRAN	
	CURICULUM VITAE.....	

DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah kunjungan wisatawan ke Asia Tenggara tahun 2013	4
1.2	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indoneisa Tahun 1991-2013 ...	4
1.3	Perkembangan Wisatawan Nusantara (WISNUS) di Indonesia Tahun 2010-2013	6
1.4	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat tahun 2009-2012.....	7
1.5	Jumlah Kunjungan Wisatan Ke Akomodasi di Jawa Barat Tahun 2009-2012	8
1.6	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung.....	9

1.7	Daftar Hotel Berbintang di Kota Bandung	10
1.8	Daftar Nama Hotel Bintang 4 di Kota Bandung	11
1.9	<i>Net Revenue</i> Gino Feruci Braga Hotel Bandung	13
1.10	Tingkat Hunia Kamar Gino Feruci Braga Hotel Bandung	14
1.11	Tingkat Hunian Kamar Berdasarkan Segmen Tamu.....	15
2.1	Definisi <i>Hospitality Marketing</i>	24
2.2	Definisi <i>Marketing Mix</i>	27
2.3	Definisi <i>Presentaion Mix</i>	30
2.4	Karakteristik Perjalanan Wisatawan	35
2.5	Karakteristik Sosio Demografis Wisatawan	36
2.6	Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	59
3.1	Operasional Variabel	72
3.2	Jenis dan Sumber Data	80
3.3	Koefisien Korelasi.....	85
3.4	Hasil Uji Validitas <i>Presentation Mix</i> dan Keputusan Menginap Tamu Bisnis.....	86
3.5	Hasil Uji Reabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	89
3.1	Operasional Variabel	72
4.1	Jenis-Jenis kamar yang Ditawarkan	100
4.2	Jenis-Jenis Ruangan <i>Meeting</i>	101
4.3	Profil tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	103
4.4	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Status Marital dan Usia	104
4.5	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Domisili	105
4.6	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir	105
4.7	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Penghasilan.....	106
4.8	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Alasan Menginap	107
4.9	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Perusahaan dan Jenis Kegiatan yang Dilakukang	108

4.10	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Lama Bekerja dan Jenis Pekerjaan	109
4.11	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jabatan di Perusahaan	110
4.12	Profil Tamu Bisnis Berdasarkan Jenus Perusahaan dan Jumlah orang yang Melakukan Kegiatan Bisnis	111
4.13	Frekuensi Perusahaan Dalam Menggunakan Fasilitas di Gino Feruci Braga Hotel Bandung Selama 1 tahun Terakhir	112
4.14	Rata-Rata Pengeluaran Perusahaan Setiap Menggunakan Fasilitas Untuk Kegiatan Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	113
4.15	Jenis fasilitas yang Sering Digunakan Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel badnung.....	114
4.16	Penilaian Tamu Bisnis Terhadap Fasilitas yang Dimiliki Gino Feruci Braga Hotel Bandung Dibandingkan Dengan Hotel-Hotel Lain di Kota Bandung	116
4.17	Penggunaan Fasilitas <i>Meeting Package</i> di Hotel lain	117
4.18	Aspek-Aspek Gino Feruci Braga Hotel bandung.....	118
4.19	Alat Promosi yang Digunakan Untuk Menyampaikan Informasi Fasilitas di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	121
4.20	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Physical Location</i> di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	122
4.21	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Atmosphere</i> di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	125
4.22	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Personnel</i> di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	127
4.23	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai <i>Presentation Mix</i> di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	128
4.24	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Pilihan Produk dan Jasa di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	131
4.25	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Pemilihan Pemasok di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	133
4.26	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Jumlah Pesanan di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	134
4.27	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Persyaratan dan Waktu Pembelian	

	di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	135
4.28	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Persyaratan Pleyanan di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	136
4.29	Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Pembayaran di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	138
4.30	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Keputusan Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	139
4.31	Hasil Uji Normalitas Data.....	141
4.32	Hasil Uji Multikolinearitas	144
4.33	Hasil Uji Autokorelasi	145
4.34	Koefisien Korelasi	146
4.35	Hasil Uji Koedisien Determinasi	146
4.36	Hasil Uji Keseluruhan Koefisien Regresi Secara Serempak	147
4.37	Hasil Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda	148
4.27	Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
4.28	Hasil Uji Keseluruhan Koefesian Regresi Secara Serempak	91
4.29	Hasil Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda	92

DAFTAR GAMBAR

1.1	Statistik dan Diagram Kunjungan Wisatawan Internasional Tahun ke Tahun di Dunia	2
1.2	Diagram Penyebaran Kunjungan Wisatawan Internasional Kebeberapa Region di Dunia Tahun 2013.....	3
1.3	<i>Market Share</i> Gino Feruci Braga Hotel Bandung	12
2.1	Model Sederhana Proses Pemasaran	26
2.2	<i>Five Product Level</i>	41
2.3	Model Perilaku Tamu	48
2.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Tamu	49
2.5	Lima Tahap Proses Keputusan Menginap	51
2.6	Model Perilaku Tamu	55
2.7	Pengaruh <i>Presentation Mix</i> Terhadap Keputusan Menginap	

	Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	65
2.8	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Presentation Mix</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	66
2.1	Model Sederhana Proses Pemasaran	26
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	95
3.2	Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh <i>Presentation Mix</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis	96
4.1	Struktur Organisasi Gino Feruci Braga Hotel Bandung	102
4.2	<i>Presentation Mix</i> Pada Faris Kontinum.....	130
4.3	Keputusan Menginap Tamu Bisnis Pada Garis Kontinum	140
4.4	Histogram <i>Dependent</i> Variabel Keputusan Menginap di Gino Feruci Braga Hotel Bandung	142
4.5	<i>Normal Probability Plot</i>	142
4.6	Hasil Uji Gejala Heteroskedastisitas	142
4.1	Struktur Organisasi Gino Feruci Braga Hotel Bandung	10

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Jakarta : Media Presindo
- Allenby M.Greg and Ginter L.James, (1995), *Using Extremes to Design Products and Segment Markets, Journal of Marketing Research, Vol. XXXII, p.392-403*
- Alma, Buchari. (2012). *Pengantar Bisnis*. Bandung, Penerbit: Alfabeta
- Andini, Rita. (2006). *Analisis Pengaruh Kepuasan Gaji, Kepuasan Kerja, KomitmenOrganisasional Terhadap Organizational Citizenship Behaviour (OCB) Pegawai PT (Persero) Pelabuhan Indonesia III*, (ON-LINE), <http://www.damandiri.or.id>, 25 Nopember 2011.
- Arief, Abd. Rahman. 2005. *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Graha ilmu, Yogyakarta.
- Buchori, Andika . (2006). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Mutu Pelayanan Pada Hotel Holiday Inn Bandung*. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Djaslim Saladin. (2007). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung : CV Linda Karya
- Engel, James F., David T. Kollat, and Roger D. Blackwell, (2001). *Consumer Behavior* (<http://crm.hct.ac.ae>,2010)
- Fuad, et al. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Ricky.W. dan Ronald J. Ebert. (2008). *Bisnis, Edisi Kedelapan, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Haberer, Jenny. (2008). *Disneyland International Marketing Mix*. Norderstedt Germany: Grin.
- Hawthorne, Amy , Pam O'Neal Mickleson, Leigh Anne Wallace. (2008). *Generating Leads and Reaching Customers Via Email, Direct Mail and more*. Reach Force
- Hidayat, A. Aziz Alimul, (2008). *Pengantar Konsep Dasar Keperawatan*, Jakarta: Salemba Medika.
- Husein Umar (2008), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Seri Desain Penelitian Bisnis – No 1*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Husein, Umar. (2008).*Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Ismayanti. (2006). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. (1996). *Marketing. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials)*. Diterjemahkan Oleh : Herujati Purwoto. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *The Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller. (2012). *Marketing Management . New Jersey : Pearson Education, Inc.*
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Ed12. Jilid 2*. Jakarta: Penerbit PT Indeks.
- Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (2010). *Marketing for hospitality and tourism, 3rded, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ*.
- Kotler P, Bowen J.T, Makens J.C, (2009). *Marketing for Hospitality and Tourism. Upper Saddle River, New Jersey, 07458: Pearson Education, Inc.*
- Kuczarski, Susan Smith dan Thomas D. Kuczarski, (1995), *Value Based Leadership : Rebuilding Employee Commitment, Performance and Productivity*, New Jersey: Prentice Hall.
- Lawson, Fred (1976). *Hotels, Motels and Condominiums:Design, Planning and Maintenance. Operation*. Michigan: Education Institute
- M. Fuad. Et al/ (2006). *Pengantar Bisnis (5th ed)*, Jakarta: Gramedia.
- Mc, Leod. (1993). *Pengembangan Sistem Informasi*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- McIntosh, W., Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B., 1995, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, Inc., New York
- Morisson. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mahmud M. Hanafi (2006). *Manajemen Risiko*. Yogyakarta
- M. Kesrul. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Graha Ilmu,**
- M.Aziz Firdaus. (2012). *Metode Peneitian*. Tangerang Selatan: Penerbit Jelajah Nusa.
- Naik , Prasad A., Nanda Piersma. (2002). *Understanding The Role of Marketing Communication in Direct Marketing*. Erasmur University of Rotterdam.

- Naresh K. Malhotra. (2010). *Marketing Research : An Applied Orientation Sixth Edition* Peason Education.
- Nyoman S. Pendit. (2006). *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT Pradnya Paramita
- Pamadi, Hajar & Evan Sukardi. (2008). *Seni Keterampilan Anak*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Prajogo. 1976. *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Jakarta : Gramedia.
- Ratih, Hurriyati. (2008). *Manajemen Corporate & Strategi Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Republik Indonesia, 2009, *Undang-Undang Kepariwisataan Nomor 10*, Jakarta, Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia, *Dinas Pariwisata Kota Bandung*, Bandung: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. *Aktivitas Tamu Menginap SK: Kep-22/U/VI/78*. Jakarta : Ditjen Pariwisata
- Republik Indonesia 1987, *SK Menperpostel Definisi Hotel Nomor KM 94/ HK 103/ MPPT*, Jakarta, Sekretariat Negara.
- Reid, Robert D., David C Bojanic. (2006). *Hospitality Marketing Management*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Seaton, A.V. & Bennet. (1996). *The Marketing of Tourism Product. Concepts, Issues, and Case*. London: International Thomson Business Press.
- Suryanto, Edy HP, (2008), *Tinjauan Legal Normatif Fanchise/Waralaba Di Indonesia*, tesis, Surakarta: Universitas Slamet Riyadi
- Sulastiyono Agus, (2006), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*. Bandung. Penerbit: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Steadmon, Charles E. dan Michael L. Kasavana, (1991). *Managing Front Office*

- Steadman, Charles E dan Michael L. Kasavana. (2007). *Managing Front Office Operations*. AHMA (American Hotel & Motel Association).
- Sri Perwani, Yayuk, (1992). *Teori dan petunjuk praktek housekeeping untuk akademi perhotelan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suharsimi Arikunto, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Suharsimi Arikunto, (2009) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta : PT Rhineja Cipta.
- Susetyo, budi. (2012). *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Silalahi, Ulber. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Tarmoezi, Trizna. (2000), *Hotel Front Office*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Wagen, Lynn Van Der, (2011), *Event Manajemen*. Australia: Pearson Education
- Yoeti, Oka A. 2003. *Dasar-Dasar Pengertian Hospitaliti dan Pariwisata*. Bandung : P.T Alumni.

Website

<http://ginoferuci.com>

<http://riarich.wordpress.com/httpriarich-wordpress-comevent-organizer-and-tour-planner/>

<http://Kompas.online.com>

<http://indonesien.ahk.de/index.php>

<http://www.unwto.com>

<http://www.bps.org>

<http://www.budpar.go.id>

<http://www.hvs.com>

<http://www.books.google.co.id>

<http://jabar.tribunnews.com/2013/04/24/kunjungan-wisman-ke-jabar-naik>

<http://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2012/12/30/217020/target-kunjungan-wisatawan-akhirnya-tercapai-tahun-2012>

<http://jabar.bps.go.id/index.php/publikasi/12>

<http://bandungkota.bps.go.id/publikasi/kota-bandung-dalam-angka-tahun-2014>

<http://www.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=statistik+indonesia&yt0=Tampilkan>

<http://www.parekraf.go.id/>

<http://www.jabarprov.go.id>