

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat rahmat, taufik dan hidayah serta iradah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh *Social Media Networks* Terhadap Keputusan Menginap di Novotel Bandung untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai Pengaruh *Social Media Networks* terhadap Keputusan Menginap di Novotel Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sepenuhnya mencapai tujuan yang diharapkan dan masih banyak kekurangan, baik dari segi penggunaan bahasa maupun isi, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, jika terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun daya kreativitas penulis untuk dapat lebih meningkatkan kemampuan dan membangun perbaikan proposal skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi pengembangan ilmu dan para praktis dalam bidang manajemen pemasaran pariwisata dalam konsentrasi manajemen pemasaran hotel, serta pihak Novotel Bandung pada khususnya.

Bandung, September 2018

Penulis

Ridwan Maulana, 2018

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
DI NOVOTEL BANDUNG**

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

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang tiada terbatas, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali bantuan serta dukungan yang penulis terima, oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan sayang penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
4. Ibu Heri Puspito Diyah Setiyorini., MM. selaku Pembimbing I, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, inspirasi, membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi, serta mengarahkan yang terbaik bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Oce Ridwanudin, S.E, MM. selaku Pembimbing II dan Koordinator Bidang Akademik Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang terus memotivasi, memberi berbagai masukan terbaik bagi penulis serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

6. Ibu Dewi Pancawati Novalita, S.Pd., MM., selaku dosen Konsentrasi Hotel yang selalu memberikan motivasi, dan semangat, sehingga penulis bisa menangani masalah ketika kuliah dan dalam penyusunan skripsi
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Bapak Taufik Abdullah, S.E., MM.Par., Bapak Gitasiswhara, S.E.Par., MM., Ibu Rini Andari, S.Pd., MM., atas dukungan dan bantuannya selama ini.
8. Bapak Hendi M Ramdan selaku staf, dan keluarga besar Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang selalu membantu penulis dalam segala urusan perkuliahan.
9. Seluruh pihak Novotel Bandung, Ibu Tresna, Bapak Rio, Ibu Anika, Bapak Leo, Bapak Vanjou, Bapak Jonathan, Bapak Fahmi, Bapak Arie, Ibu Ratih, Ibu Syafira, dan Ibu Tami yang senantiasa membantu penulis dalam kegiatan praktik latihan akademik pada tahun 2017-2018.
10. Orangtua yang tak pernah habis memberikan segenap kasih sayangnya dengan setulus hati kepada penulis. Ibunda tersayang Lilis Maryam, yang tiada henti disetiap detiknya untuk memberikan do'a, nasehat, dan motivasi agar menjadi lebih baik. Ayahanda tersayang Ajang Jumarna yang tiada henti disetiap detiknya untuk memberikan do'a, dukungan dan pengorbanannya tanpa pamrih baik moril maupun materil kepada penulis.
11. Kakak tercinta Wulan Purnama SE., atas doa yang tidak pernah habis, dukungan baik moril maupun materil, masukan-masukan yang bermanfaat, serta segenap kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis dengan setulus hati.
12. Elga Estica Pribadi, S.Par yang selalu membantu dan menemani dalam pengerjaan skripsi.
13. Teman-teman terdekat Aditya Rizki Rinaldi, S.Par., Acep Abdurozak, Armellya Syafira, Bektu Sabila, Dea Aulya, Faris Abdul Jabar, Fiqih Al Karomah, Herlin Legiawati, Nadia Belaska, Nureka Novianti, S.Par., Rahmat Fitrah, Ricky Ramdhan, Rivandy Muhammad, Riza Zuranti,

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH SOCIAL MEDIA NETWORKS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

Roziantomi, Tia Agustina, Wisnu Cahyo, dan Yefta Marcellino yang banyak memotivasi dan menginspirasi penulis dalam pengerjaan skripsi.

14. Teman-teman Himpunan divisi HRD Andika Rahmatuloh, S.Par., Achyar Mutaqien, Dinda Aprilia, Kalda Nadif, Mutia Santika, Nadya Aprilia Putri, Okta Hariansyah, Regita Nurul, dan Tio Aditya yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
15. Sahabat, rekan, dan teman di Manajemen Pemasaran Pariwisata angkatan 2014 serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah banyak membantu dan memberikan inspirasi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan limpahan pahala yang berlipat-lipat dan senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua, Aamiin

Bandung, September 2018

Ridwan Maulana

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep Keputusan Menginap dalam Perilaku Konsumen	12
2.1.1.1 Konsep Kepariwisata	12
2.1.1.2 Definisi Keputusan Menginap	15
2.1.1.3 Dimensi Keputusan Menginap	16
2.1.1.4 Model Keputusan Menginap	17
2.1.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	22
2.1.2 Konsep <i>Social Media Networks</i>	24
2.1.2.1 Konsep <i>Social Media Networks</i> dalam <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i>	24
2.1.2.2 Definisi <i>Social Media Networks</i>	28
2.1.2.3 Dimensi <i>Social Media Networks</i>	29
2.1.3 Pengaruh <i>Social Media Networks</i> Terhadap Keputusan Menginap	31
2.1.4 Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Hipotesis	39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	41
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	42
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	48
3.2.4.1 Populasi	48

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

3.2.4.2 Sampel	51
3.2.4.3 Teknik Sampling	49
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	50
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	51
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	54
3.2.7 Teknik Analisis Data	56
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	56
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifitif	58
3.2.8 Pengujian Hipotesis	63

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan Novotel Bandung	65
4.1.1 Profil Perusahaan	65
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	65
4.1.1.2 Sejarah Singkat Novotel Bandung	65
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan Novotel Bandung ..	66
4.1.2 Karakteristik Responden Novotel Bandung	67
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	67
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal Tinggal dan status	68
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	70
4.1.3 Pengalaman Responden Novotel Bandung	71
4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Rekan Menginap ..	71
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran dan Lama Menginap	71
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Membaca Opini Positif dan Sumber	72

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH SOCIAL MEDIA NETWORKS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

4.1.3.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	73
4.1.3.5	Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Social Media</i> yang Aktif Digunakan dan Lama Penggunaan	73
4.2	Gambaran <i>Social Media Networks</i> di Novotel Bandung	74
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Trust</i>	74
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Benefit</i>	76
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Enjoyment</i>	77
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Accessibility</i>	78
4.2.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Media Networks</i> di Novotel Bandung	79
4.3	Gambaran Keputusan Menginap di Novotel Bandung	81
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Flexibility</i>	81
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Timing</i>	82
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Location</i>	83
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Composition</i>	84
4.3.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menginap	85
4.4	Pengaruh <i>Social Media Networks</i> Terhadap Keputusan Menginap	87
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi	87
4.4.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	87
4.4.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heterokedastisitas	88
4.4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	88
4.4.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokolerasi	89
4.4.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	89
4.4.2	Hasil Pengujian Asumsi Korelasi dan Koefisien Determinasi..	90
4.4.3	Hasil Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	91
4.4.4	Hasil Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T).....	91
4.4.5	Model Persamaan Regresi Linear Berganda Pengaruh <i>Social</i>	

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

<i>Media Networks</i> Terhadap Keputusan Mengingat.....	93
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	93
4.7.1 Hasil Temuan Bersifat Teoritik	93
4.7.2 Hasil Temuan Bersifat Empirik	94
BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Rekomendasi	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Jumlah Hotel Bintang dan Non Bintang Di Kota Bandung 2016	3
1.2	Jaringan Hotel Internasional Di Kota Bandung Tahun 2017	3
1.3	<i>Room Available, Room Sold</i> dan <i>Occupancy</i> Novotel Bandung Tahun 2015-2017	5
2.1	Definisi Keputusan Pembelian Menurut Beberapa Ahli	15
2.2	Definisi <i>Social Media Networks</i> Menurut Para Ahli	28
2.3	Resume Penelitian Terdahulu	32
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian....	42
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3	Hasil Pengujian Validitas <i>Social Media Networks</i> dan Keputusan Mengingat	52
3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Social Media Networks</i> dan Keputusan Mengingat	56
3.5	Alternatif Jawaban Menurut Skala <i>Likert</i>	58
3.6	Interpretasi Besarnya Koefisien Kolerasi	61
4.1	Daftar Kamar di Novotel Bandung Berdasarkan Jenisnya	67
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	68

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal Tinggal dan Status.....	69
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	70
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Rekan Menginap	71
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran dan Lama Menginap	72
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Membaca Opini Positif dan Sumber	72
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Novotel Bandung	73
4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan <i>Social Media</i> yang Aktif Digunakan dan Lamanya Penggunaan	74
4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Trust</i>	75
4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Benefit</i>	76
4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Enjoyment</i>	77
4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Accessibility</i>	78
4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Media Networks</i> di Novotel Bandung	79
4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Flexibility</i>	81
4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Timing</i>	82
4.18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Location</i>	83
4.19	Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Composition</i>	84
4.20	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menginap di Novotel Bandung	85
4.21	Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Rumus Kolmogorov-Smirnov	87
4.22	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser	88
4.23	Hasil Pengujian Multikolinearitas	89
4.24	Hasil Pengujian Autokorelasi	89

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

4.25 Hasil Pengujian Linearitas	90
4.26 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	90
4.27 Hasil Uji F	91
4.28 Hasil Uji T	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Market Share Hotel Bintang 4 Di Kota Bandung Tahun 2017	4
1.2	Data Pengguna Internet dan <i>Social Media</i> Di Dunia	6
1.3	Data Pengguna Aplikasi <i>Social Media</i> Di Indonesia	8

Ridwan Maulana, 2018

PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOVOTEL BANDUNG

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

2.1	Model Lima Tahap Proses Keputusan Menginap.....	19
2.2	Model Perilaku Pembeli.....	21
2.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Tamu	22
2.4	Kerangka Pemikiran.....	48
2.5	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Social Media Networks</i> Terhadap Keputusan Menginap.....	39
3.1	Regresi Linear Berganda.....	62
4.1	Logo Novotel Bandung	65
4.2	Garis Kontinum <i>Social Media Networks</i> di Novotel Bandung	80
4.3	Garis Kontinum Keputusan Menginap di Novotel Bandung	86
5.1	Informasi Tambahan	97
5.2	Promo yang Digunakan Hotel	98

Ridwan Maulana, 2018

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA NETWORKS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
DI NOVOTEL BANDUNG**

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