

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Penulisan .....	15
1.4.1 Teoritis.....	15
1.4.2 Praktis.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Pengertian <i>Website</i> dalam Pemasaran Pariwisata .....	17
2.1.1.1 Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i> dalam <i>Website</i> .....	29
2.1.1.2 Media-Media dalam <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	32
2.1.1.3 <i>Direct &amp; Interactive Marketing (E-Marketing)</i> .....	33
2.1.2 <i>Website</i> .....	35
2.1.2.1 <i>Designing Website</i> .....	35
2.1.2.2 Pemasaran Melalui <i>Website</i> .....	37
2.1.2.3 Dimensi <i>Website</i> .....	41
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	46

2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	50
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap	52
2.1.3.3 Peran Tamu .....	56
2.1.3.4 Proses dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	57
2.1.3.5 Keputusan Menginap Tamu .....	60
2.1.4 Hubungan Website Sebagai Media Informasi Terhadap Keputusan Menginap.....	63
2.1.5 Resume Penelitian Pendahuluan dan Orisinalitas Penelitian .....	66
2.2 Kerangka Pemikiran.....	70
2.3 Hipotesis.....	77
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>79</b>
3.1 Objek Penelitian .....	79
3.2 Metode Penelitian.....	79
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	79
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	81
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	88
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	90
3.2.4.1 Populasi.....	90
3.2.4.2 Sampel .....	91
3.2.5 Teknik Sampling .....	93
3.2.6 Teknik Pengumpulan data	
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	95
3.2.7.1 Pengujian Validitas .....	95
3.2.7.2 Pengujian Reliabilitas .....	99
3.2.8 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis.....	100
3.2.8.1 Rancangan Analisis Data .....	100
3.2.8.2 Analisis Deskriptif.....	100
3.2.8.3 Pengujian Hipotesis .....	101

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	105
4.1 Profil Perusahaan dan Tamu favehotel Premier Cihampelas .....	105
4.1.1 Profil Perusahaan .....	105
4.1.1.1 Identitas Perusahaan .....	105
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan .....	106
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....	109
4.1.2 Profil tamu favehotel Premier Cihampelas yang Menggunakan Website sebagai Media Informasi Hotel.....	111
4.1.2.1 Jenis tamu favehotel Premier Cihampelas Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	111
4.1.2.2 Karakteristik Tamu hotel Berdasarkan Pendidikan Akhir dan pekerjaan.....	112
4.1.2.3 Karakteristik Tamu Berdasarkan Asal Tinggal dan Tujuan Menginap.....	114
4.1.2.4 Pengalaman Tamu Favehotel Premier Cihampelas Yang Menggunakan Website Berdasarkan Penghasilan dan Tipe Kamar .....	116
4.1.2.5 Jenis Tamu favehotel Premier Cihampelas Berdasarkan Sumber Informasi dan Frekwensi.....	118
4.1.2.6 Jenis Tamu favehotel Premier Cihampelas Berdasarkan Alasan Menginap dan Fasilitas Lain yang Digunakan Selama Menginap.....	120
4.2 Gambaran Hubungan Antara Website sebagai Media Informasi Hotel di favehotel Premier Cihampelas.....	123
4.2.1 Informasi Fasilitas .....	123
4.2.2 Informasi <i>Customer Contact</i> .....	126
4.2.3 Informasi Reservasi.....	129
4.2.4 Informasi Area Sekeliling .....	130

4.2.5 Manajemen <i>Website</i> .....	133
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Penilaian Tamu Hotel Terhadap Hubungan Website Sebagai Media Informasi Hotel.....	135
4.3 Gambaran Keputusan Menginap di Favehotel Premier Cihampelas .....	137
4.3.1 Keputusan Menginap Berdasarkan Pada Pemilihan Produk Favehotel Premier Cihampelas .....	137
4.3.2 Keputusan Menginap Berdasarkan Pada Pemilihan Merek Favehotel Premier Cihampelas .....	139
4.3.3 Keputusan Menginap Berdasarkan Pada Saat Waktu Pembelian di Favehotel Premier Cihampelas .....	140
4.3.4 Keputusan Menginap Berdasarkan Jumlah Pembelian Kamar di Favehotel Premier Cihampelas .....	141
4.3.5 Keputusan Menginap Berdasarkan Metode Pembayaran Favehotel Premier Cihampelas .....	142
4.3.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu terhadap Keputusan Menginap di favehotel Premier Cihampelas .....	143
4.4 Hubungan Website Sebagai Media Informasi Hotel Terhadap Keputusan Menginap di favehotel Premier Cihampelas .....	144
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	148
4.5.1 Temuan yang Bersifat Teoritik .....	148
4.5.2 Temuan yang Bersifat Empirik .....	149
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	 150
5.1 Kesimpulan .....	150
5.2 Rekomendasi .....	152

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Statistik Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2010-2012.....	2
1.2	Tingkat <i>Occupancy</i> Beberapa Hotel Bintang Dua di Bandung Tahun 2012.....	6
1.3	Strategi Pemasaran Archipelago International 2012 .....	12
2.1	<i>Common Communication Plaforms</i> .....	32
2.2	Resume Pengertian <i>E-Marketing</i> .....	33
2.3	Resume Penelitian Terdahulu.....	66
3.1	Operasionalisasi Variable.....	82
3.2	Sumber dan Cara Penentuan Data..... t	89
3.3	Populasi <i>Online Booking</i> Reservation Melalui <a href="http://www.favehotels.com">www.favehotels.com</a> (Booking Button) .....	91
3.4	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Website dan Keputusan Menginap .....	97
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	99
4.1	Jenis Kamar dan Jumlah Kamar di Favehotel Premier Cihampelas .....	86
4.2	<i>Meeting Rooms</i> .....	87

	Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Jenis Kelamin dan	
4.3	Usia	111
	.....	
	Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Pendidikan Akhir dan	
4.4	Pekerjaan	113
	.....	
4.5	Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Asal Tinggal dan Tujuan Menginap	115
	.....	
	Jenis Tamu Hotel Berdasarkan Jumlah Penghasilan dan Tipe	
4.6	Kamar Yang Digunakan	117
	.....	
4.7	Jenis tamu Hotel Berdasarkan Sumber Perolehan Informasi dan Frekwensi Menginap .....	119
4.8	Jenis Tamu Favehotel Premier CIhampelas Berdasarkan Alasan Menginap dan Fasilitas Lain yang Digunakan Selama Menginap .....	121
4.9	Informasi Fasilitas Dalam Hubungan Website Sebagai Media Informasi Hotel.....	124
4.10	Informasi <i>Customer Contact</i> Dalam Hubungan <i>Website</i> Sebagai Media Informasi Hotel	127
	.....	
4.11	Informasi Reservasi Dalam Hubungan Website Sebagai Media Informasi Hotel	129
	.....	
4.12	Informasi Area Sekeliling Dalam Hubungan Website Sebagai Media Informasi Hotel	131

.....	
..	
Manajemen Website Dalam Hubungan Website Sebagai Media	
4.13 Informasi	
Hotel .....	133
..	
Rekapitulasi Hasil Penilaian Terhadap Hubungan Website Sebagai	
4.14 Media Informasi	
Hotel .....	136
..	
4.15 Keputusan Mengingat Berdasarkan Pemilihan Produk Favehotel	
Premier	
Cihampelas .....	138
4.16 Keputusan Mengingat Berdasarkan Pemilihan Merek Favehotel	
Premier	
Cihampelas .....	139
4.17 Keputusan Mengingat Berdasarkan Pemilihan Waktu Pembelian di	
Favehotel Premier	
Cihampelas .....	140
4.18 Keputusan Mengingat Berdasarkan Jumlah Pembelian di Favehotel	
Premier	
Cihampelas .....	141
4.19 Keputusan Mengingat Berdasarkan Metode Pembayaran Favehotel	
Premier	
Cihampelas .....	142

	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Keputusan Menginap	
4.20	Favehotel Premier	
	Cihampelas .....	143
	..	
	Matrik Kolerasi Antara Website Terhadap Keputusan	
4.21	Menginap .....	145
	..	
	Matriks Kolerasi Antar Sub Variable Hubungan Website Dengan	
4.22	Keputusan	
	Menginap .....	146
	..	



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	Brand Hotel Lokal Dan Internasional Bintang Dua di Bandung.....	5
1.2	Tingkat Hunian Kamar Favehotel Premier Cihampelas Berdasarkan Segmentasi APRIL 2012-2013.....	8
1.3	Tingkat Hunian Kamar <i>Online Booking</i> Favehotel Premier Cihampelas APRIL 2012-2013 .....	10
2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian .....	52
2.2	Tahapan Keputusan Pembelian .....	57
2.3	Tahapan Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	59
2.4	Model Perilaku Konsumen .....	61
2.5	Kerangka Pemikiran .....	75
2.6	Paradigma Penelitian.....	76
3.1	Diagram Jalur Hipotesis .....	102
3.2	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	103
4.1	Karakteristik Tamu Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	112
4.2	Karakteristik Tamu Berdasarkan Pendidikan Akhir dan Pekerjaan	114
4.3	Karakteristik Tamu Berdasarkan Asal Tinggal dan Tujuan Menginap .....	116

4.4	Jenis Tamu Hotel Berdasarkan Banyaknya Jumlah Penghasilan dan Tipe Kamar Yang Digunakan.....	118
4.5	Jenis Tamu favehotel Premier Cihampelas Berdasarkan Sumber Perolehan Informasi dan Frekwensi Menginap.....	120
4.6	Jenis Tamu Alasa Menginap dan Fasilitas Lain yang digunakan Selama Menginap .....	123
4.7	Gambaran Rekapitulasi Hasil Penilaian Hubungan Website sebagai Media Informasi Hotel .....	137
4.8	Gambaran Rekapitulasi Hasil Penilaian Keputusan Menginap di Favehotel Premier Cihampelas.....	144
4.9	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis .....	146