

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Kegunaan Penelitian.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 <i>Price Adjustment Strategies</i>	22
2.1.1.1 <i>Price Adjustment Strategies</i> pada usaha Akomodasi.....	22
2.1.1.2 Definisi Harga	38
2.1.1.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi Harga	40
2.1.1.4 Pengertian Strategi Penetapan Harga	42
2.1.1.5 Faktor – faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga.....	45
2.1.1.6 Tujuan Strategi Penetapan Harga	47
2.1.1.7 Dimensi Strategi Penetapan Harga	52
2.1.1.8 <i>Price Adjustment Strategies</i>	59
2.1.2 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i>	63
2.1.2.1 Konsep Keputusan menggunakan <i>Meeting Package</i>	63
2.1.2.2 Proses Keputusan Pembelian Tamu Bisnis	66
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tamu Bisnis	68

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan *Meeting Package* The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan *Meeting Package Fullboard* di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.2.4 Peran Tamu Bisnis dalam menggunakan	71
2.1.2.5 Tipe Perilaku Tamu Bisnis.....	72
2.1.2.7 Keputusan Tamu Bisnis menggunakan Meeting Package	74
2.1.3 Pengaruh <i>Price Adjustment Strategies</i> Terhadap Keputusan menggunakan <i>Meeting Package</i>	77
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	79
2.1.5 Kerangka Pemikiran.....	87
2.3 Hipotesis.....	88
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	91
3.2 Metode Penelitian.....	91
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	92
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	93
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	98
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	99
3.2.4.1 Populasi	99
3.2.4.2 Sampel.....	100
3.2.4.3 Teknik Sampling	102
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	103
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	105
3.2.6.1 Pengujian Validitas	106
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	112
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	115
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data	117
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis.....	126
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan Tamu <i>The Jayakarta Bandung</i>	129
4.1.1 Profil Perusahaan	129

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package Fullboard di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)

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

4.1.1.1 Identitas Perusahaan	129
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan	130
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang ditawarkan	134
4.1.2 Profil Tamu Bisnis Pengambil Keputusan <i>Meeting Package</i>	137
4.1.2.1 Karakteristik Tipe/Jenis Tamu Bisnis	137
4.1.2.2 Jenis Tamu Bisnis Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia ...	138
4.1.2.3 Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Usia dan Pendidikan terakhir	140
4.1.2.4 Jenis Tamu Bisnis dilihat dari Jenis Rata-rata Frekuensi.	142
4.1.2.5 Jenis Tamu Bisnis dilihat dari Rata-rata Frekuensi menggunakan <i>Meeting Package</i> dan Pengeluarannya	144
4.1.2.6 Jenis Tamu Bisnis berdasarkan sumber peroleh Informasi	146
4.2 Pelaksanaan <i>Price Adjustment Strategies</i> The Jayakarta Bandung	148
4.2.1 <i>Price Adjustment Strategies</i> Berdasarkan <i>Segmented Pricing</i>	148
4.2.2 <i>Price Adjustment Strategies</i> Berdasarkan <i>Psychological Pricing</i> ..	149
4.2.3 <i>Price Adjustment Strategies</i> Berdasarkan <i>Discount and Allowance</i>	151
4.2.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Price Adjustment Strategies</i> The Jayakarta Bandung <i>Boutique Suite and Spa</i>	152
4.3 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> The Jayakarta Bandung	155
4.3.1 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Pilihan Produk Jasa	155
4.3.2 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Pemilihan Pemasok	157
4.3.3 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Jumlah Pembelian	158
4.3.4 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Persyaratan Dan Waktu Pembelian	159

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan *Meeting Package* The Jayakarta Bandung *Boutique Suite Hotel and Spa* (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan *Meeting Package Fullboard* di The Jayakarta Bandung *Boutique Suite Hotel and Spa*)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.3.5 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Persyaratan Pelayanan	160
4.3.6 Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Pembayaran	161
4.3.7 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis mengenai Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> di <i>The Jayakarta Bandung</i>	162
4.4 Pengaruh <i>Price Adjustment Strategies</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package <i>The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa</i>	164
4.4.1 Hasil Pengujian Asumsi Regresi	164
4.4.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas	164
4.4.1.2 Hasil Uji Asumsi Heterokedasititas	167
4.4.1.3 Hasil Uji Multikorelasi	168
4.4.1.4 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	169
4.4.1.5 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikasi Secara Simultan ...	170
4.4.1.6 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikasi Secara Parsial	171
4.4.1.7 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Price Adjustment Strategies</i> terhadap Keputusan Menggunakan Meeting	173
4.5 Implikasi Hasil Penelitian	174
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	174
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	175
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	177
5.2 Rekomendasi	178
DAFTAR PUSTAKA	181

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package Fullboard di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)

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

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Perkembangan Wisatawan Mancanegara di Indonesia 2007 – 2011	2
1.2	Tingkat Hunian Kamar Hotel Berbintang di 10 propinsi 2008-2011	3
1.3	Jumlah Hotel berbintang di Kota Bandung Tahun 2009 – 2011	5
1.4	Daftar Nama Hotel bintang 4 di kota Bandung Tahun 2011	5
1.5	Market Share Hotel Bintang 4 di Kota Bandung Tahun 2011	6
1.6	Data Tingkat <i>Occupancy</i> The Jayakarta Bandung Tahun 2009-2011	7
1.7	Daftar nama hotel bintang 4 Menawarkan kegiatan MICE 2011	8
1.8	Segment Pasar The Jayakarta Bandung Tahun 2009-2011	10
1.9	Data jumlah Perusahaan <i>Government</i> dan <i>Corporate</i> yang melakukan <i>Meeting Fullboard</i> di The Jayakarta Bandung 2009-2011	11
1.10	Volume Penjualan The Jayakarta Bandung Tahun 2009-2011	12
1.11	Strategi pemasaran yang di lakukan The Jayakarta Bandung	14
1.12	Harga <i>Meeting Package</i> The Jayakarta Bandung beserta pesaing 2011	15
1.13	<i>Price Adjustment Strategies</i> yang di lakukan The Jayakarta Bandung	17
1.14	Harga <i>Publish</i> The Jayakarta Bandung <i>Boutique Suite Hotel</i>	18
2.1	Tingkah Laku Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i>	73
2.2	Penelitian Terdahulu berkaitan dengan Masalah Penelitian	79
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	94
3.2	Jenis dan Sumber Data	98
3.3	Populasi Penelitian	100
3.4	Teknik Pengumpulan Data	105

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan *Meeting Package* The Jayakarta Bandung *Boutique Suite Hotel* and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan *Meeting Package Fullboard* di The Jayakarta Bandung *Boutique Suite Hotel* and Spa)

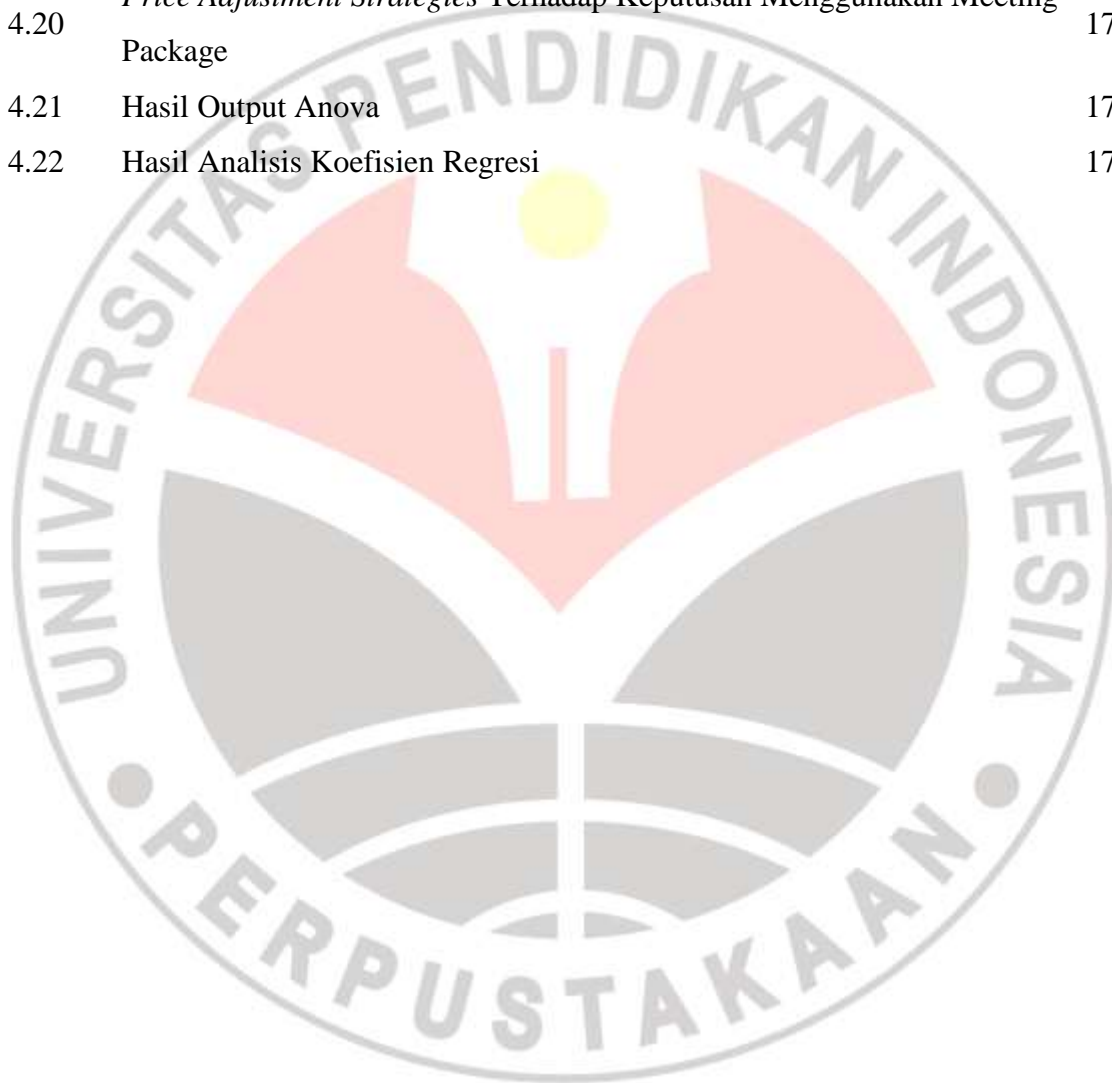
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5	Interprestasi Besarnya Koefisien Korelasi	108
3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel (X) dan Variabel (Y)	109
3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel (X) dan Variabel (Y)	115
3.9	Skor Alternatif Jawaban	117
4.1	Harga Kamar The Jayakarta Bandung	136
4.2	Jenis Tamu Pengambil Keputusan Menggunakan Meeting	137
4.3	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	139
4.4	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir	140
4.5	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Berdasarkan Jenis dan Rata-rata Frekuensi	143
4.6	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Berdasarkan Rata-rata frekuensi dan Pengeluaran	145
4.7	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan berdasarkan Informasi	147
4.8	<i>Segmented Pricing</i> dalam Pelaksanaan The Jayakarta Bandung	149
4.9	<i>Psychological Pricing</i> dalam Pelaksanaan The Jayakarta Bandung	150
4.10	<i>Discount and Allowance</i> dalam Pelaksanaan The Jayakarta Bandung	151
4.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Price Adjustment</i>	153
4.12	Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Pilihan Produk	155
4.13	Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Pilihan Pemasok	157
4.14	Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Jumlah Pembelian	158
4.15	Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Persyaratan dan Waktu Pembelian	159
4.16	Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Persyaratan Pelayanan	160

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh Price Adjustment Strategies Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package Fullboard di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.17	Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Pembayaran	161
4.18	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Bisnis Mengenai Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i>	162
4.19	Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas	169
4.20	<i>Price Adjustment Strategies</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package	170
4.21	Hasil Output Anova	171
4.22	Hasil Analisis Koefisien Regresi	172



David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package Fullboard di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	<i>Four Service Characteristic</i>	26
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	66
2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Pembelian	68
2.4	Karakteristik yang mempengaruhi Perilaku Tamu Bisnis	73
2.5	Model Perilaku Pembelian Tamu Bisnis	75
2.6	Kerangka Pemikiran	87
2.7	Paradigma Penelitian	89
3.1	Regresi Berganda	123
4.1	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Meeting Package	138
4.2	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan Meeting Package Berdasarkan Jenis Kelamin Usia	140
4.3	Jenis Tamu Bisnis Keputusan Menggunakan Meeting Package Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir	142
4.4	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> Berdasarkan Jenis dan Rata-rata Frekuensi	144
4.5	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan berdasarkan Frekuensi dan Pengeluaran	146
4.6	Jenis Tamu Bisnis Pengambil Keputusan Berdasarkan Infomasi	148
4.7	Variabel <i>Price Adjustment Strategies</i> Pada Garis Kontinum	154
4.8	Variabel Keputusan Menggunakan <i>Meeting Package</i> pada Garis Kontinum	163
4.9	Normal Probability Plot	165

David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh *Price Adjustment Strategies* Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package Fullboard di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.10	Histogram Dependent Variabel	166
4.11	Hasil Uji Asumsi Heterokedasitas	167



David Oliver Pintu Batu, 2013

Pengaruh Price Adjustment Strategies Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa (Survei Terhadap Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package Fullboard di The Jayakarta Bandung Boutique Suite Hotel and Spa)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu