

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Konsep <i>Service Excellence</i>	16
2.1.1.1 <i>Service Excellence</i> Dalam Pemasaran Pariwisata	16
2.1.1.2 Pengertian <i>Service Excellence</i> (Pelayanan prima)	30
2.1.1.3 Dimensi <i>Service Excellence</i> (Pelayanan prima).....	31
2.1.1.4 Pentingnya <i>Service Excellence</i> (Pelayanan prima)	32
2.1.1.5 Kemauan untuk Melaksanakan <i>Service Excellence</i>	34

2.1.1.6 Pengembangan <i>Service Excellence</i>	35
2.1.2 Konsep <i>Customer Loyalty</i>	36
2.1.2.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i>	36
2.1.2.2 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	38
2.1.2.3 <i>Customer Loyalty</i> dan Siklus Pembelian Pelanggan	39
2.1.2.4 Jenis-jenis <i>Customer Loyalty</i>	40
2.1.2.5 Merancang dan Menciptakan <i>Customer Loyalty</i>	42
2.1.2.6 Tingkat <i>Customer Loyalty</i>	44
2.1.2.7 Memelihara <i>Customer Loyalty</i>	46
2.1.3 Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	48
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	49
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.3 Hipotesis	56
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	59
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	60
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	60
3.2.2 Operasional Variabel	62
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	67
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	68
3.2.4.1 Populasi	68
3.2.4.2 Sampel	69
3.2.4.3 Teknik Sampel	70

4.1.2.4	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Aston Tropicana Hotel dan Alasan Tamu Mengunjungi Aston Tropicana	98
4.1.2.5	Profil Tamu Aston Tropicana Hotel Berdasarkan Rata-Rata Frekuensi Menginap dan Lama Menginap	100
4.1.2.6	Alasan Tamu Menginap Di Aston Tropicana Hotel	101
4.2	Gambaran <i>Service Excellence</i> di Aston Tropicana Hotel	103
4.2.1	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Ability</i>	104
4.2.2	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Attitude</i>	105
4.2.3	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Appearance</i>	106
4.2.4	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Attention</i>	107
4.2.5	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Action</i>	109
4.2.6	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Accountability</i>	110
4.2.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu Terhadap Pelaksanaan <i>Service Excellence</i> Di Aston Tropicana Hotel.....	111
4.3	Gambaran <i>Customer Loyalty Individual</i> Di Aston Tropicana Hotel	114
4.3.1	<i>Word Of Mouth Promotion</i>	114
4.3.2	<i>Future Repurchase Intentions</i>	115
4.3.3	<i>Price Sensitivity</i>	116
4.3.4	<i>Complain Behaviour</i>	117
4.3.5	Rekapitulasi Tanggapan Tamu Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Aston Tropicana Hotel.....	119
4.3.6	Tahapan <i>Customer Loyalty</i> di Aston Tropicana Hotel.....	121
4.4	Uji Asumsi Regresi	123

4.4.1 Uji Asumsi Normalitas	123
4.4.2 Uji Heteroskedastiistas	126
4.4.3 Uji Signifikasi (Uji F)	127
4.4.4 Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi	128
4.4.5 Uji T Dan Signifikasi	129
4.5 Pengaruh <i>Ability</i> (X_1), <i>Attitude</i> (X_2), <i>Appereance</i> (X_3), <i>Attention</i> (X_4), <i>Action</i> (X_5) dan <i>Accountability</i> (X_6) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	131
4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	133
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	133
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Statistik Kunjugan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara Ke Indonesia 2007 – 2010	2
1.2	Banyaknya Hotel menurut Provinsi Di Indonesia Pada Tahun 2009-2011.....	5
1.3	Jumlah Hotel Menurut Klasifikasinya Di Kota Bandung Tahun 2006-2011.....	7
1.4	<i>Market Share Analysis</i> Tahun 2009-2011	8
1.5	Jumlah Tamu Yang Menginap Di Aston Tropicana Hotel Tahun 2009-2011.....	10
1.6	Jumlah Tamu <i>Individual Repeater</i> Yang Menginap Di Aston Tropicana Hotel Tahun 2009-2011.....	10
1.7	Strategi Yang Dilakukan Aston Tropicana Hotel.....	12
2.1	Definisi Pariwisata	16
2.2	Definisi Pemasaran.....	22
2.3	Penelitian Terdahulu	49
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	62
3.2	Jenis dan Sumber Data	67
3.3	Koefisien Korelasi	74
3.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	75
3.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	81
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	73
4.1	Jenis Kamar Dan Jumlah Kamar Di Aston Tropicana.....	92
4.2	<i>Meeting Rooms</i>	94
4.3	Profil Tamu Aston Tropicana Hotel Berdasarkan Usia Dan Jenis Kelamin	95

4.4	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan	96
4.5	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir	97
4.6	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Sumber Informasi dan Alasan Mengunjungi Aston Tropicana	99
4.7	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Rata-rata Frekuensi Menginap dan Lama Menginap.....	100
4.8	Alasan Tamu Menginap di Aston Tropicana	101
4.9	Gambaran Sub Variabel <i>Ability</i> Pada Aston Tropicana Hotel	104
4.10	Gambaran Sub Variabel <i>Attitude</i> Pada Aston Tropicana Hotel	105
4.11	Gambaran Sub Variabel <i>Appereance</i> Pada Aston Tropicana Hotel... ..	107
4.12	Gambaran Sub Variabel <i>Attention</i> Pada Aston Tropicana Hotel	108
4.13	Gambaran Sub Variabel <i>Action</i> Pada Aston Tropicana Hotel	109
4.14	Gambaran Sub Variabel <i>Accountability</i> Pada Aston Tropicana Hotel.....	110
4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Service Excellence</i> Pada Aston Tropicana Hotel.....	112
4.16	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Word Of Mouth Promotion</i>	114
4.17	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Future Repurchase Intention</i>	116
4.18	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Price Sensitivity</i>	117
4.19	Tanggapan Tamu Terhadap <i>Complain Behaviour</i>	118
4.20	Rekapitulasi <i>Customer Loyalty</i> Aston Tropicana Hotel.....	119
4.21	Perhitungan Tingkatan <i>Customer Loyalty</i> Aston Tropicana Hotel	122
4.22	Uji Asumsi Normalitas	124
4.23	<i>Output Anova</i>	128
4.24	Pengujian Hipotesis Secara <i>Overall</i> (Uji F)	128

4.25	<i>Output Pengaruh Service Excellence Terhadap Customer Loyalty... ..</i>	129
4.26	<i>Output Koefisien Regresi</i>	129



Dian Yuliana, 2013

Pengaruh Service Excellence Terhadap Customer Loyalty Di Aston Tropicana Hotel (Survei Pada Tamu Individual Repeater Yang Menginap Di Aston Tropicana Hotel Bandung)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	Data Perkembangan Hotel Bintang Di Jawa Barat Tahun 2008-2011	6
2.1	Segitiga pemasaran Jasa	25
2.2	Siklus Pembelian	39
2.3	Piramida Loyalitas.....	46
2.4	Kerangka Pemikiran.....	55
2.5	Paradigma Penelitian	56
3.1	Regresi Berganda	86
4.1	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Tingkat Usia dan Jenis Kelamin	96
4.2	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan	97
4.3	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir	98
4.4	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Sumber Informasi dan Alasan Mengunjungi Aston Tropicana	99
4.5	Profil Tamu Aston Tropicana Berdasarkan Rata-rata Frekuensi Menginap dan Lama Menginap	101
4.6	Variabel <i>Service Excellence</i> Pada Garis Kontinum	113
4.7	Variabel <i>Customer Loyalty</i> Pada Garis Kontinum	120
4.8	Piramida Loyalitas	122
4.9	<i>Histogram Regression Residual</i>	125
4.10	<i>Normal Probability Plot</i>	125
4.11	Uji Heteroskedastisitas	127