# DAFTAR ISI

[**ABSTRAK** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332602)

[***ABSTRACT*** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332602)**i**

[**KATA PENGANTAR** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332602)**ii**

[**UCAPAN TERIMA KASIH** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332602)**v**

[**DAFTAR ISI v**](#_Toc377332602)**ii**

[**DAFTAR TABEL xii**](#_Toc377332603)

[**DAFTAR GAMBAR xvi**](#_Toc377332604)

[**BAB I**](#_Toc377332605)[**PENDAHULUAN Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332606)

[1.1. Latar Belakang Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332607)

[1.2. Rumusan Masalah **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332608)

[1.3. Tujuan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332609)

[1.4. Kegunaan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332610)

[**BAB II**](#_Toc377332611)[**KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS** **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332612)

[2.1. Kajian Pustaka **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332613)

[2.1.1. Konsep *Brand Positioning* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332614)

2.1.1.1. Konsep *Brand positioning* Bagian dari Pemasaran Jasa 19

2.1.1.2. Definisi *Brand Positioning* 29

2.1.1.3. Dimensi *Brand Positioning* 34

[2.1.2. Perilaku Konsumen **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332615)

2.1.2.1. Model Perilaku Konsumen 36

2.1.2.2. Definisi Keputusan Menginap 37

2.1.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap 38

2.1.2.4. Jenis Keputusan Menginap 43

2.1.2.5. Proses Pengambilan Keputusan Menginap 45

2.1.2.6. Dimensi Keputusan Menginap 47

[2.1.3. Pengaruh *Brand positioning* The Trans Luxury Hotel Terhadap Keputusan Menginap Tamu Bisnis **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332616)

[2.1.4. Orisinalitas Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332617)

[2.2. Kerangka Pemikiran **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332618)

[2.3. Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332619)

[**BAB** **III**](#_Toc377332620)[**OBJEK** **DAN** **METODE** **PENELITIAN** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332621)

[3.1. Objek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332622)

[3.2. Metode Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332623)

[3.2.1. Jenis dan Metode yang Digunakan **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332624)

[3.2.2. Operasionalisasi Variabel **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332625)

[3.2.3. Jenis dan Sumber Data **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332626)

[3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332627)

3.2.4.1. Populasi 71

3.2.4.2. Sampel 71

3.2.4.3. Teknik Penarikan Sampel 72

[3.2.5. Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332628)

[3.2.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332629)

3.2.6.1. Hasil Uji Validitas 76

3.2.6.2. Hasil Uji Reliabilitas 82

[3.2.7. Teknik Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332630)

3.2.7.1. Rancangan Analisis Data 84

3.2.7.2. Pengujian Hipotesis 88

[**BAB** **IV**](#_Toc377332631) [**HASIL** **PENELITIAN** **DAN** **PEMBAHASAN** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332632)

[4.1. Profil Perusahaan dan Tamu Hotel **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332633)

[4.1.1. Profil Perusahaan **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332634)

4.1.1.1. Identitas Perusahaan 90

4.1.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan 92

4.1.1.3. Produk dan Jasa The Trans Luxury Hotel Bandung 94

4.1.1.4. *Sales and Marketing Department* The Trans Luxury Hotel Bandung .100

[4.1.2. Profil Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332635)

4.1.2.1. Karakteristik Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan Alasan Menginap .102

4.1.2.2. Tipe Tamu Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Dilihat Dari Jenis Kelamin dan Usia .104

4.1.2.3. Tipe Tamu Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Dilihat Dari Pekerjaan dan Pendapatan .105

4.1.2.4. Tipe Tamu Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Dilihat Dari Frekuensi Menginap dan Lama Menginap .107

4.1.2.5. Tipe Tamu Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Dilihat Dari Jenis Kamar dan Biaya Pengeluaran .109

4.1.2.6. Tipe Tamu Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Dilihat Dari Alasan Menginap dan Informasi Hotel .112

[4.2. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Program *Brand positioning* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332636)

[4.2.1. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Program *Point of Different* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332637)

[4.2.2. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Program *Point of Parity* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332638)

[4.2.3. Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Terhadap Pelaksanaan Program *Brand positioning* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332639)

[4.3. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332640)

[4.3.1. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Product Choice* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332641)

[4.3.2. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Brand Choice* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332642)

[4.3.3. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Dealer Choice* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332643)

[4.3.4. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Purchase Amount* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332644)

[4.3.5. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Purchase Timing* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332645)

[4.3.6. Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Payment Method* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332646)

[4.3.7. Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332647)

[4.4. Pengaruh *Brand positioning* “*The First Indonesian Luxury Hotel*” Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332648)

[4.4.1. Hasil Uji Asumsi Regresi **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332649)

4.4.1.1. Hasil Uji Asumsi Normalitas .131

4.4.1.2. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas .133

4.4.1.3. Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas .134

4.4.1.4. Hasil Uji Asumsi Korelasi Antar Variabel .135

4.4.1.5. Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi .136

4.4.1.6. Hasil Uji Hipotesis dan Uji ANOVA (Uji F) 137

4.4.1.7. Hasil Uji Hipotesis dan Koefisien (Uji t) .138

4.4.1.8. Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh *Brand positioning* “*The First Indonesian Luxury Hotel*” Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung .139

[4.5. Pembahasan 140](#_Toc377332650)

[4.6. Implikasi Hasil Temuan 144](#_Toc377332650)

[4.5.1. Implikasi Temuan Bersifat Teoritik **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332651)

[4.5.2. Implikasi Temuan Bersifat Empirik **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332652)

[**BAB** **V**](#_Toc377332653) [**KESIMPULAN** **DAN** **REKOMENDASI** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332654)

[5.1. Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332655)

[5.2. Rekomendasi **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377332656)

[**DAFTAR** **PUSTAKA** Error! Bookmark not defined.](#_Toc377332657)

 **LAMPIRAN**

# DAFTAR TABEL

**Tabel**

[1.1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2008-2012 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334657)

[1.2 Perkembangan Wisatawan Nusantara Tahun 2007-2012 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334658)

[1.3 Jumlah Usaha Akomodasi di Indonesia Tahun 2009-2012 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334659)

[1.4 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke Akomodasi Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2005-2010 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334660)

[1.5 Jumlah Akomodasi di Jawa Barat Tahun 2009-2012 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334661)

[1.6 Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Tahun 2008-2011 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334662)

[1.7 Jumlah Hotel di Bandung Berdasarkan Klasifikasi Tahun 2011 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334663)

[1.8 Hotel Bintang Lima Di Kota Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334664)

[1.9 Target Pasar The Trans Luxury Hotel Bandung Tahun 2013 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334665)

[1.10 Strategi Pemasaran The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334666)

[2.1 Definisi Keputusan Menginap Menurut Para Ahli **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334875)

[2.2 *Four Types Of Buying Behavior* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334876)

[2.3 Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan Dengan Pengaruh *Brand positioning* Terhadap Keputusan Menginap Tamu **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377334877)

[3.1 Operasionalisai Variabel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335002)

[3.2 Jenis Dan Sumber Data **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335003)

[3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335004)

[3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Tanpa Menyertakan Pernyataan Yang Tidak Valid **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335005)

[3.5 Pengujian Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335006)

[3.6 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335007)

[3.7 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Besarnya Koefisien Korrelasi **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335008)

[4.1 Tipe Kamar The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335472)

[4.2 *Ballroom* dan *Meeting* *Room* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335473)

[4.3 Karakteristik Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan Alasan Menginap **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335474)

[4.4 Keterkaitan Antara Alasan Menginap dengan Jenis Kelamin dan Usia Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335475)

[4.5 Keterkaitan Antara Alasan Menginap Tamu dengan Pekerjaan dan Pendapatan Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335476)

[4.6 Keterkaitan Antara Alasan Menginap Tamu dengan Frekuensi Menginap dan Lama Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335477)

[4.7 Keterkaitan Alasan Menginap Tamu dengan Jenis Kamar dan Biaya Pengeluaran Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335478)

[4.8 Keterkaitan Alasan Menginap Tamu dan Informasi The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335479)

[4.19 *Output* Pengaruh Subvariabel *Brand positioning* yang terdiri dari *Point of Different* (*POD’s*) dan *Point of Parity* (*POP’s*) Terhadap Keputusan Menginap Tamu Individu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377335490)

[4.9 Tanggapan *Points of Different* dalam Program *Brand positioning* Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512028)

[4.10 Tanggapan *Points of Parity* dalam Program *Brand positioning* Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512029)

[4.11 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Terhadap Pelaksanaan Program *Brand positioning* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512030)

[4.12 Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Product* *Choice* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512031)

[4.13 Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Brand* *Choice* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512032)

[4.14 Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Dealer* *Choice* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512033)

[4.15 Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Purchase* *Amount* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512034)

[4.16 Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Purchase* *Timing* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512035)

[4.17 Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan *Payment* *Method* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512036)

[4.18 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Individu Terhadap Keputusan Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377512037)

[4.19 *Variance Inflation Factor* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377679755)

[4.20 Correlations **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377679756)

[4.21 Model Summary **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377679757)

[4.22 Output ANOVAa **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377679758)

[4.23 Koefisien **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377679759)

# DAFTAR GAMBAR

**Gambar**

[1.1 Diagram *Occupancy* dan *Room Sold* Triwulan The Trans Luxury Hotel Bandung Tahun 2012-2013 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336376)

[1.2 Segmen Pasar The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan Jumlah Kamar yang Terjual **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336377)

[2.1 *The Process Of Developing High-Level Marketing Strategies* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336398)

[2.2 *Model of Consumer Behavior* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336399)

[2.3 *Five-Stage Model of the Consumer Buying Process* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336400)

[2.4 Kerangka Pemikiran Pengaruh *Brand positioning* “*The First Indonesian Luxury Hotel*” Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336401)

[2.5 Paradigma Penelitian Pengaruh *Brand positioning* “*The First Indonesian Luxury Hotel*” Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336402)

[3.1 Populasi Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung April 2012-September 2013 **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336799)

[3.2 Regresi Berganda **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336800)

[4.1 Karakteristik Tamu The Trans Luxury Hotel Bandung Berdasarkan Alasan Menginap **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336866)

[4.2 Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dan Usia Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336867)

[4.3 Keterkaitan Antara Pekerjaan dan Pendapatan Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336868)

[4.4 Keterkaitan Antara Frekuensi Menginap dengan Lama Menginap Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336869)

[4.5 Keterkaitan Antara Jenis Kamar dan Biaya Pengeluaran Di The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336870)

[4.6 Keterkaitan Alasan Menginap Tamu dan Informasi The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377336871)

[4.7 Garis Kontinum *Brand positioning* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377513207)

[4.8 Garis Kontinum *Brand positioning* The Trans Luxury Hotel Bandung **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377513208)

[4.9 Histogram Variabel Dependen Keputusan Menginap **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377513209)

[4.10 *Normal Probability Plot* **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377513210)

[4.11 Uji Asumsi Heteroskedastisitas **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc377513211)