

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR PUSTAKA	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Kegunaan Penelitian	18
1.4.1 Kegunaan Teoritis	18
1.4.2 Kegunaan Praktis	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	20
2.1.1 Diferensiasi Jasa	20
2.1.1.1 Pengertian Diferensiasi Jasa	20
2.1.1.2 Variabel Diferensiasi	22
1. Diferensiasi Produk	23
2. Diferensiasi Pelayanan	27
3. Diferensiasi Personil	29
4. Diferensiasi Saluran Distribusi	32
5. Diferensiasi Citra	34
2.1.2 Kepuasan Pelanggan/Tamu	38
2.1.2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan/Tamu	38
2.1.2.2 Manfaat Program Kepuasan Pelanggan/Tamu	41
2.1.2.3 Model Konseptual Kepuasan Pelanggan/Tamu	43

2.1.2.4 Harapan Pelanggan/Tamu	45
2.1.2.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	48
2.1.2.6 Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	50
2.1.6 Pengaruh Diferensiasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51
2.1.7 Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	55
2.2 Kerangka Pemikiran	57
2.3 Hipotesis	65
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	71
3.2 Operasionalisasi Variabel	73
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	79
3.3.1 Sumber Data Primer.....	79
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	79
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	81
3.4.1 Populasi.....	81
3.4.2 Sampel.....	82
3.4.3 Teknik Sampling	86
3.5 Teknik Pengumpulan Data	88
3.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	90
3.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	90
3.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	96
3.7 Rancangan Analisis Data	99
3.7.1 Analisis Data Deskriptif.....	100
3.7.2 Analisis Data Verifikatif	101
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Hotel dan Tamu Hotel.....	108
4.1.1 Profil Hotel.....	108
4.1.1.1 Profil Grand Hotel Preanger Bandung	108
1. Sejarah Hotel.....	108
2. Visi dan Misi.....	111

3. Produk dan Jasa yang Ditawarkan	113
4.1.1.2 Profil Hotel Grand Aquila Bandung	117
1. Sejarah Hotel	117
2. Visi dan Misi	120
3. Produk dan Jasa yang Ditawarkan	120
4.1.2 Profil Tamu Hotel Dilihat dari Demografi, Pengalaman, Penilaian dan Keterkaitannya Pada Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila.....	124
4.1.2.1 Profil Tamu Hotel Dilihat Dari Demografi.....	125
1. Jenis Kelamin.....	125
2. Usia	126
3. <i>Martial</i> Status.....	128
4. Pendidikan.....	129
5. Pekerjaan	130
6. Pendapatan Per Bulan	132
7. Asal Tempat Tinggal.....	133
4.1.2.2 Profil Tamu Hotel Berdasarkan Pengalaman Menginap.....	135
1. Pertama Kali Menginap.....	135
2. Frekuensi Menginap.....	136
3. Tujuan Menginap	138
4. Lamanya Waktu Menginap	139
5. Pengeluaran Selama Menginap.....	140
6. Menginap di Hotel Lain	142
4.1.2.3 Penilaian Tamu Hotel.....	143
1. Alasan Menginap di Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila.....	143
2. Alasan Menginap di Hotel Lain	145
4.1.2.4 Keterkaitan Karakteristik Responden, Pengalaman Responden dan Variabel Penelitian	150
1. Jenis Kelamin dengan Desain Interior dan Eksterior Ruangan Kamar	150
2. Frekuensi Menginap dengan Pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang, dll), <i>sms broadcast</i> tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (<i>guarantee of services</i>)	151

3. Pendidikan dengan Informasi yang diberikan Karyawan	153
4. Keperluan Menginap dengan Lokasi Hotel.....	155
5. Jenis Kelamin, Lamanya Waktu Menginap, dan Kesan atas Pelayanan Hotel	156
4.2 Diferensiasi Jasa Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila Berdasarkan Tanggapan Tamu Hotel.....	158
4.2.1 Diferensiasi Produk.....	158
4.2.2 Diferensiasi Pelayanan.....	162
4.2.3 Diferensiasi Personil	165
4.2.4 Diferensiasi Saluran Distribusi	168
4.2.5 Diferensiasi Citra	171
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Diferensiasi Jasa Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila.....	174
4.3 Kepuasan Tamu di Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila Berdasarkan Tanggapan Tamu Hotel.....	176
4.3.1 Kepuasan Tamu Atas Diferensiasi Produk	176
4.3.2 Kepuasan Tamu Atas Diferensiasi Pelayanan.....	178
4.3.3 Kepuasan Tamu Atas Diferensiasi Personil.....	180
4.3.4 Kepuasan Tamu Atas Diferensiasi Saluran Distribusi.....	182
4.3.5 Kepuasan Tamu Atas Diferensiasi Citra.....	184
4.3.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Tamu Pada Diferensiasi Jasa Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila.....	186
4.4 Kepuasan Tamu Grand Hotel Preanger Bandung dan Hotel Grand Aquila Bandung Dilihat dari Diferensiasi Jasa yang Ditawarkannya.....	189

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	204
5.2 Rekomendasi	206

LAMPIRAN