

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 <i>Service Convenience</i>	11
2.1.1.1 Pengertian <i>Service Convenience</i>	11
2.1.1.1.1 Dimensi <i>Service Convenience</i>	13
2.1.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Service Convenience</i>	15
2.1.1.2 <i>Service Convenience</i> dalam Pemasaran Hotel	17
2.1.2 Keputusan Menginap	20
2.1.2.1 Proses Penciptaan Keputusan Menginap	20
2.1.2.2 Konsep Keputusan Menginap.....	26
2.1.3 Pengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap Keputusan Menginap	30
2.2 Kerangka Pemikiran	31

2.3 Hipotesis	39
---------------------	----

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	41
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	42
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	47
3.2.4.1 Populasi	47
3.2.4.2 Sampel	47
3.2.4.3 Teknik Sampling	49
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	52
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	52
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	58
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	58
3.2.7.2 Rancangan Pengujian Hipotesis	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan dan Tamu Hotel Guci Bandung	
4.1.1 Profil Perusahaan	64
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	64
4.1.1.2 Sejarah Singkat Hotel Guci Bandung	65

4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan di Hotel Guci Bandung.....	65
4.1.2 Profil Tamu yang Menginap di Hotel Guci Bandung.....	68
4.1.2.1 Jenis Tamu Hotel Guci Bandung	68
4.1.2.2 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.2.3 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Usia.....	70
4.1.2.4 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Pendapatan Perbulan .	71
4.1.2.5 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	72
4.1.2.6 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Waktu Menginap dan Asal Tinggal	73
4.1.2.7 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Frekuensi Menginap dan Lama Menginap.....	74
4.1.2.8 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Tipe Kamar yang Digunakan dan Rata-rata Pengeluaran Selama Menginap ...	75
4.1.2.9 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Tujuan Menginap	76
4.1.2.10 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Sumber Perolehan Informasi	77
4.1.2.11 Jenis Tamu Hotel Guci Berdasarkan Alasan Menginap....	78
4.2 <i>Service Convenience</i> Hotel Guci Bandung	80
4.2.1 Tanggapan Tamu Mengenai <i>Decision Convenience</i>	80
4.2.2 Tanggapan Tamu Mengenai <i>Access Convenience</i>	85
4.2.3 Tanggapan Tamu Mengenai <i>Transaction Convenience</i>	89
4.2.4 Tanggapan Tamu Mengenai <i>Benefit Convenience</i>	92

4.2.5 Tanggapan Tamu Mengenai <i>Post Benefit Convenience</i>	96
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Service Convenience</i> di Hotel Guci.....	99
4.3 Keputusan Menginap Tamu Hotel Guci Bandung	102
4.3.1 Tanggapan Tamu Mengenai Pemilihan Produk.....	103
4.3.2 Tanggapan Tamu Mengenai Pemilihan Merek.....	107
4.3.3 Tanggapan Tamu Mengenai Pemilihan Saluran Pembelian	110
4.3.4 Tanggapan Tamu Mengenai Waktu Pembelian	114
4.3.5 Tanggapan Tamu Mengenai Jumlah Pembelian	117
4.3.6 Tanggapan Tamu Mengenai Metode Pembayaran.....	121
4.3.7 Rekapitulasi Tanggapan Tamu Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Guci Bandung	123
4.4 Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap Keputusan Menginap di Hotel Guci Bandung	125
4.5 Implikasi Temuan Hasil Penelitian	134
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	134
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	137
BAB VKESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Rekomendasi	143
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN-LAMPIRAN DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Jumlah Hotel Berbintang di Kota Bandung.....	3
1.2	Data Jumlah Kamar dan Tingkat Okupansi Hotel Guci Bandung	4
1.3	Data Jumlah Tamu yang Menginap di Hotel Guci Bandung	5
2.1	Orisinalitas Penelitian	32
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2	Jenis dan Sumber Data	46
3.3	Jumlah Subpopulasi Hotel Guci Bandung	47
3.4	Jumlah Subsampel Hotel Guci Bandung.....	49
3.5	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	53
3.6	Hasil Pengujian ValiditasPengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Guci Bandung	55
3.7	Hasil Pengujian ReliabilitasPengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Guci Bandung	58
4.1	Jumlah Sampel untuk Masing-Masing Karakteristik Tamu yang Menginap di Hotel Guci Bandung	68
4.2	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Jenis Kelamin.....	69
4.3	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Usia	70
4.4	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Rata-rata Pendapatan Perbulan ...	71
4.5	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	72
4.6	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Waktu Menginap dan Asal Tinggal	73
4.7	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Frekuensi Menginap dan Lama Menginap.....	74
4.8	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Tipe Kamar yang Digunakan	75

	dan Rata-rata Pengeluaran Selama Menginap.....	
4.9	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Tujuan Menginap	76
4.10	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Sumber Perolehan Informasi.....	77
4.11	Jenis Tamu Hotel Guci Dilihat dari Alasan Menginap	78
4.12	Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Decision Convenience</i>	80
4.13	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Decision Convenience</i>	82
4.14	Tanggapan Tamu Secara Keseluruhan Terhadap <i>Decision Convenience</i>	83
4.15	Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Access Convenience</i>	84
4.16	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Access Convenience</i>	85
4.17	Tanggapan Tamu Secara Keseluruhan Terhadap <i>Access Convenience</i>	86
4.18	Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Transaction Convenience</i>	87
4.19	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Transaction Convenience</i>	88
4.20	Tanggapan Tamu Secara Keseluruhan Terhadap <i>Transaction Convenience</i>	89
4.21	Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>Benefit Convenience</i>	90
4.22	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>Benefit Convenience</i>	91
4.23	Tanggapan Tamu Secara Keseluruhan Terhadap <i>Benefit Convenience</i>	92
	
4.24	Tanggapan Tamu Individu Terhadap <i>PostBenefit Convenience</i>	93
4.25	Tanggapan Tamu Bisnis Terhadap <i>PostBenefit Convenience</i>	94
4.26	Tanggapan Tamu Secara Keseluruhan Terhadap <i>Post Benefit Convenience</i>	95

.....	
4.27 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu terhadap <i>Service Convenience</i> di Hotel Guci Bandung.....	96
4.28 Keputusan Menginap Tamu Individu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Produk.....	97
4.29 Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Produk.....	98
4.30 Keputusan Menginap Secara Keseluruhan Tamu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Produk.....	99
4.31 Keputusan Menginap Tamu Individu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Merek.....	100
4.32 Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Merek.....	101
4.33 Keputusan Menginap Secara Keseluruhan Tamu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Merek.....	102
4.34 Keputusan Menginap Tamu Individu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Saluran Pembelian.....	103
4.35 Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Saluran Pembelian.....	104

4.36	Keputusan Menginap Secara Keseluruhan Tamu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Pemilihan Saluran Pembelian.....	105
4.37	Keputusan Menginap Tamu Individu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Waktu Menginap.....	106
4.38	Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Guci Bandung Berdasarkan Waktu Menginap.....	107
4.39	Keputusan Menginap Secara Keseluruhan Tamu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Waktu Menginap.....	108
4.40	Keputusan Menginap Tamu Individu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	109
4.41	Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Guci Bandung Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	110
4.42	Keputusan Menginap Secara Keseluruhan Tamu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	111
4.43	Keputusan Menginap Tamu Individu Hotel Guci Bandung Berdasarkan Metode Pembayaran.....	112
4.44	Keputusan Menginap Tamu Bisnis Hotel Guci Bandung Berdasarkan Metode Pembayaran.....	113
4.45	Keputusan Menginap Secara Keseluruhan Tamu Hotel Guci	114

Bandung Berdasarkan Metode Pembayaran.....	
4.46 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Tamu terhadap Keputusan Menginap di Hotel Guci	115
Bandung.....	
4.47 Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Service Convenience</i> dan Keputusan	126
Menginap.....	
4.48 Uji Keseluruhan (Uji F).....	129
4.49 Pengujian Parsial.....	130
4.50 Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Service Convenience</i> Terhadap Keputusan Menginap Tamu.....	132

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	Data <i>Market Share</i> Hotel Bintang Tiga di Kota Bandung	4
2.1	<i>Model of Service Convenience</i>	16
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
2.3	<i>Model of Consumer Decision Process</i>	23
2.4	Kerangka Pemikiran.....	38
2.5	Paradigma Penelitian.....	39
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y	59
3.2	Diagram Jalur Hipotesis	60

