

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

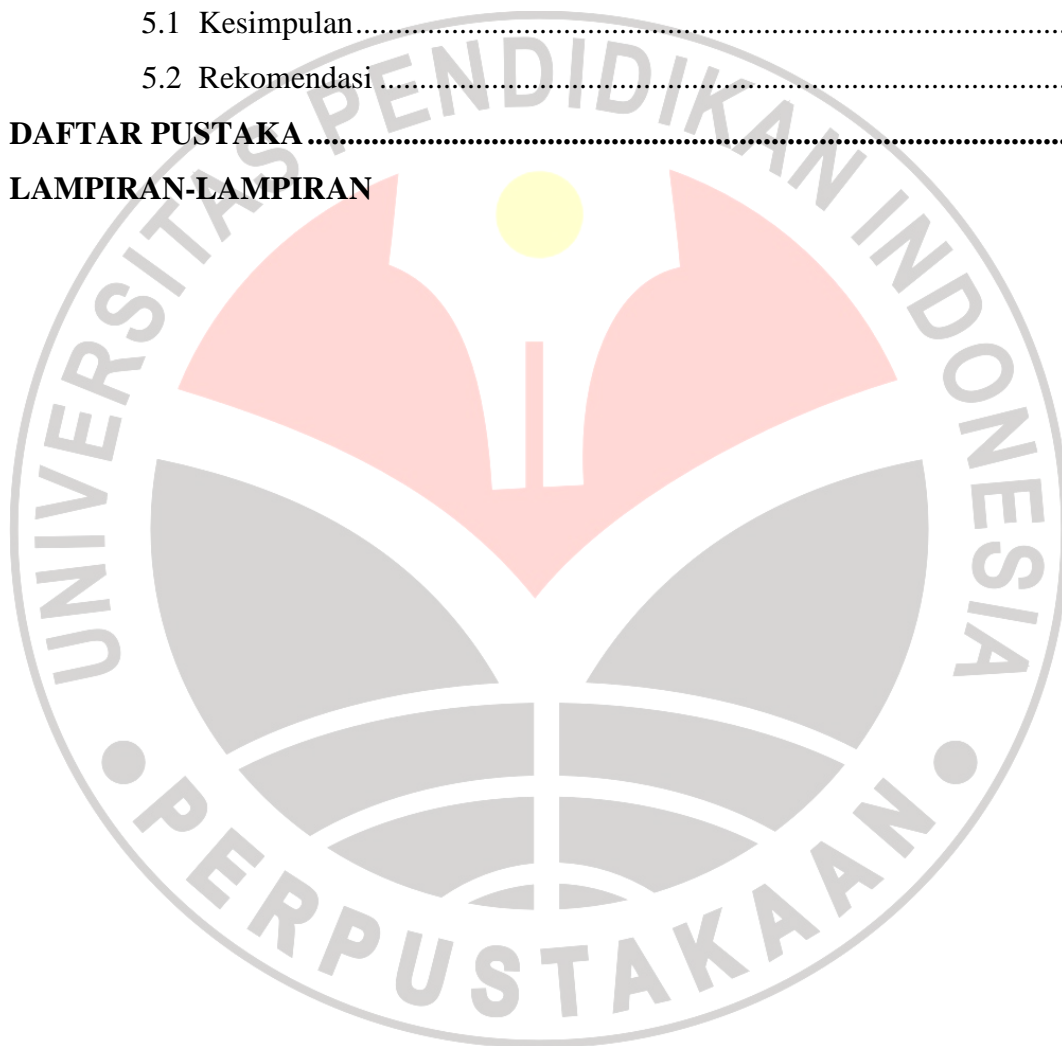
SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
<b>DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>14</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep <i>Service Encounter</i> .....	14
2.1.1.1 Pengertian <i>Service Encounter</i> .....	14
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Service Encounter</i> .....	22
2.1.1.3 Mengelola <i>Service Encounter</i> .....	24
2.1.1.4 Karakteristik <i>Service Encounter</i> .....	28
2.1.1.5 <i>Technology infusion</i> pada <i>Service Encounter</i> .....	29
2.1.2 Loyalitas .....	35
2.1.2.1 Tingkatan Loyalitas.....	38
2.1.2.2 Loyalitas dan Siklus Pembelian Pelanggan.....	40
2.1.2.3 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	42
2.1.2.4 Metode Pengukuran Loyalitas .....	43
2.1.2.5 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	46
2.1.2.6 Merancang dan Menciptakan Loyalitas .....	47

2.1.2.7 Keuntungan Memiliki Pelanggan Loyal .....	49
2.1.3 Pengaruh <i>Service Encounter</i> terhadap Loyalitas .....	50
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian .....	54
2.2 Kerangka Pemikiran .....	56
2.3 Hipotesis .....	63
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>66</b>
3.1 Objek Penelitian .....	66
3.2 Metode Penelitian .....	66
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	67
3.2.2 Operasional Variabel .....	68
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	70
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	72
3.2.4.1 Populasi .....	72
3.2.4.2 Sampel .....	73
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	74
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	75
3.2.6 Hasil Realibilitas dan Validitas .....	76
3.2.6.1 Hasil Validitas .....	76
3.2.6.2 Hasil Reliabilitas .....	80
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	82
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	82
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	83
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis .....	83
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>88</b>
4.1 Profil Perusahaan dan Tamu Garden Permata Hotel .....	88
4.1.1 Profil Perusahaan .....	88
4.1.1.1 Identitas Perusahaan .....	88
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	89
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan .....	90
4.1.1.4 Pelaksanaan <i>Service Encounter</i> di Garden Permata Hotel .....	90

4.1.2 Profil Tamu Garden Permata Hotel.....	92
4.1.2.1 Tujuan Tamu Menginap di Garden Permata Hotel .....	92
4.1.2.2 Tujuan Tamu Menginap dilihat dari Jenis Kelamin dan Usia .....	94
4.1.2.3 Tujuan Tamu Menginap dilihat dari Pekerjaan dan Pendapatan .....	96
4.1.2.4 Tujuan Tamu Menginap dilihat dari Pekerjaan dan Pendidikan .....	99
4.1.2.5 Tujuan Tamu Menginap dilihat dari Asal Tinggal.....	100
4.1.3 Pengalaman Tamu Garden Permata Hotel .....	102
4.1.3.1 Alasan Tamu Memilih Garden Permata Hotel sebagai tempat Menginap .....	102
4.1.3.2 Jumlah Kunjungan Tamu dan Tipe Kamar yang Dipilih .....	103
4.2 Tanggapan Tamu terhadap <i>Service Encounter</i> yang dilaksanakan di Garden Permata Hotel .....	105
4.2.1 <i>Civility</i> .....	106
4.2.2 <i>Adaptability</i> .....	109
4.2.3 <i>Spontaneity</i> .....	112
4.2.4 <i>Coping</i> .....	116
4.2.5 Rekapitulasi Hasil Penilaian Tamu Garden Permata Hotel Terhadap Pelaksanaan <i>Service Encounter</i> Karyawan Hotel .....	118
4.3 Gambaran Tingkatan Loyalitas Tamu Garden Permata Hotel .....	120
4.3.1 <i>Repeat Purchase</i> .....	121
4.3.2 <i>Purchase across product and service line</i> .....	123
4.3.3 <i>Refers other</i> .....	125
4.3.4 <i>Demonstrate in immunity to pull of the competition</i> .....	126
4.3.5 Rekapitulasi Hasil Loyalitas Tamu terhadap Garden Permata Hotel.....	128
4.4 Pengaruh <i>Service Encounter</i> Terhadap Loyalitas Tamu Garden Permata Hotel .....	129

4.4.1 Pengaruh secara Simultan.....	133
4.4.2 Pengaruh secara Parsial.....	134
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	135
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	135
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	136
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>138</b>
5.1 Kesimpulan.....	140
5.2 Rekomendasi.....	141
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>142</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia dalam tiga tahun Terakhir .....	2
2.1	Pengertian <i>Service Encounter</i> Menurut Para Ahli .....	18
2.2	Perilaku yang Dilakukan dan Tidak Dilakukan dalam Pelayanan Secara Umum.....	34
2.3	Definisi Loyalitas Pelanggan .....	36
2.4	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Masalah Penelitian.....	54
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	68
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	71
3.3	Populasi Penelitian.....	73
3.4	Interpretasi besarnya Koefisien Korelasi .....	77
3.5	Hasil Pengujian Validitas <i>Service Encounter</i> .....	78
3.6	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas .....	80
3.7	Hasil Pengujian Realibilitas .....	82
4.1	Pelaksanaan <i>Civility</i> dalam <i>Service Encounter</i> di Garden Permata Hotel .....	107
4.2	Pelaksanaan <i>Adaptability</i> dalam <i>Service Encounter</i> di Garden Permata Hotel.....	109
4.3	Pelaksanaan <i>Spontaneity</i> dalam <i>Service Encounter</i> Di Garden Permata Hotel.....	112
4.4	Pelaksanaan <i>Coping</i> dalam <i>Service Encounter</i> di Garden Permata Hotel .....	116
4.5	Rekapitulasi Hasil Penilaian <i>Service Encounter</i> Garden Permata Hotel .....	118
4.6	Pembelian Ulang Tamu Garden Permata Hotel dalam Satu Tahun.....	121
4.7	Pembelian Antar Lini Produk dan Jasa dalam Loyalitas .....	123
4.8	Merekomendasikan dan Mengajak Orang Lain dalam Loyalitas .....	125
4.9	Kekebalan Terhadap Tawaran dari Hotel Lain .....	126
4.10	Rekapitulasi Hasil Penilaian Upaya Mempertahankan Loyalitas Tamu Garden Permata Hotel .....	128
4.11	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Service Encounter</i> dan Loyalitas.....	130

<b>No</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
4.12	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Service Encounter</i> dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas Tamu Garden Permata Hotel .....	131
4.13	Hasil Pengujian Ulang Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Service Encounter</i> dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas Tamu Garden Permata Hotel .....	133



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	<i>Rooms Occupancy 2007-2009</i> .....	5
1.2	Kunjungan Tamu Garden Permata Hotel.....	5
2.1	Elemen <i>People, Process</i> dan <i>Physical Evidence</i> Dalam <i>Service Marketing Mix</i> .....	15
2.2	<i>Service Triangle</i> .....	24
2.3	<i>Service Profit Chain</i> .....	25
2.4	<i>Blueprint Service</i> Hotel Berbintang .....	27
2.5	Peranan Teknologi dalam <i>Service Encounter</i> .....	30
2.6	Faktor-Faktor <i>Post-Purchase Phase</i> .....	36
2.7	Proses Pengembangan Konsumen.....	39
2.8	<i>Formula for Maximazing Satisfaction and Loyalty</i> .....	43
2.9	Kerangka Pemikiran.....	62
2.10	Paradigma Penelitian.....	63
3.1	Diagram Jalur Hipotesis.....	84
3.2	Diagram Jalur Sub Struktur.....	84
4.1	Tujuan Tamu Menginap.....	92
4.2	Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia Tamu Garden Permata Hotel Bandung.....	95
4.3	Tujuan Tamu Menginap dilihat dari Pekerjaan dan Pendapatan .....	97
4.4	Tujuan Tamu Menignap dilihat dari Pekerjaan dan Pendidikan.....	99
4.5	Tujuan Tamu Hotel dilihat dari Asal Tempat Tinggal.....	101
4.6	Alasan Tamu Memilih Garden Permata Hotel Sebagai Tempat Menginap.....	102
4.7	Jumlah Kunjungan Tamu dan Tipe Kamar yang Dipilih.....	104
4.8	<i>Service Encounter</i> Garden Permata Hotel.....	105
4.9	Keterkaitan antara <i>Civility</i> dengan Tujuan Tamu Menginap di Garden Permata Hotel.....	109
4.10	Keterkaitan antara <i>Adaptability</i> dengan Tujuan Tamu Menginap di Garden Permata Hotel.....	112
4.11	Keterkaitan antara <i>Spontaneity</i> dengan Tujuan Tamu Menginap di Garden Permata Hotel.....	115

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
4.12	Keterkaitan antara <i>Coping</i> dengan Tujuan Tamu Menginap di Garden Permata Hotel.....	118
4.13	Gambaran Loyalitas Tamu Garden Permata Hotel .....	120
4.14	Keterkaitan Pembelian Ulang Tamu Garden Permata Hotel dalam Satu Tahun dengan Tujuan Tamu Menginap .....	123
4.15	Keterkaitan Antar Pembelian Lini Produk dan Jasa dengan Tujuan Tamu Menginap .....	124
4.16	Keterkaitan Merekomendasikan dan Mengajak Orang Lain dalam Loyalitas dengan Tujuan Tamu Menginap .....	126
4.17	Keterkaitan Kekebalan Terhadap Tawaran dari Hotel Lain dengan Tujuan Menginap Tamu .....	127
4.18	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis .....	131
4.19	Diagram Jalur Pengujian Ulang Hipotesis .....	132