

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR.....i

UCAPAN TERIMAKASIHii

DAFTAR ISI.....iii

DAFTAR TABELvi

DAFTAR GAMBAR.....vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Rumusan Masalah.....16

1.3 Tujuan Penelitian.....16

1.4 Kegunaan Penelitian.....17

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka18

2.1.1 *Service Convenience*18

2.1.1.1 *Service Convenience* dalam Manajemen Pemasaran18

2.1.1.2 *Service Convenience* Bagian Dari Pemasaran Jasa.....19

2.1.1.3 Pengertian *Service Convenience*23

2.1.1.4 Jenis *Service Convenience*23

2.1.1.5 Faktor Utama *Service Convenience*24

2.1.2 *Customer Loyalty* (Loyalitas Pelanggan)27

2.1.2.1 Pengertian *Customer Loyalty*.....27

2.1.2.2 Perspektif *Customer Loyalty*.....28

Dewi Intan Pancawati, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

2.1.2.3 Model <i>Customer Loyalty</i>	34
2.1.2.4 Tahap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.1.3 Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.1.4 Resume Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran	42
2.3 Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	53
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	53
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	56
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	57
3.2.4.1 Populasi	57
3.2.4.2 Sampel	57
3.2.4.3 Teknik Sampel	58
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	60
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.2.6.1 Pengujian Validitas	61
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	66
3.3 Rancangan Analisis Data.....	68
3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	68
3.3.2 Pengujian Hipotesis	76

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Tamu Padma Hotel Bandung.....	77
4.1.1 Profil Perusahaan.....	77
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	78
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	78
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	79
4.1.2 Profil Tamu Padma Hotel Bandung	82
4.1.2.1 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Jenis Kelamin.....	82
4.1.2.2 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Status.....	82
4.1.2.3 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan.....	85
4.1.2.4 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Pendidikan Akhir	86
4.1.2.5 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Tujuan Menginap	89
4.1.2.6 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Sumber Perolehan Informasi	91
4.1.2.7 Jenis Tamu Padma Hotel Bandung dilihat dari Jenis Kamar yang Digunakan Serta Lama Menginap.....	93
4.1.2.8 Alasan Member Padma Resident untuk Menginap di Padma Hotel Bandung	95
4.2 <i>Service Convenience</i> Padma Hotel Bandung.....	96
4.2.1 <i>Decision Convenience</i>	96
4.2.2 <i>Access Convenience</i>	98
4.2.3 <i>Transaction Convenience</i>	100
4.2.4 <i>Benefit Convenience</i>	101

4.2.5 <i>Post Benefit Convenience</i>	103
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Service Convenience</i> Padma Hotel Bandung	104
4.2.7 <i>Customer Loyalty</i>	106
4.3 Pengaruh Peningkatan <i>Service Convenience</i> terhadap Customer Loyalty di Padma Hotel Bandung	110
4.4 Implikasi Temuan Penelitian	122
4.4.1 Temuan Bersifat Teoritik	122
4.4.2 Temuan Bersifat Empirik	124
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran	126



Dewi Intan Pancawati, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu