

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Konsep <i>Repositioning</i> Pada Industri Hotel	14
2.1.2 Konsep Strategi <i>Repositioning</i>	26
2.1.2.1 Pentingnya Melakukan <i>Repositioning</i> Bagi Perusahaan.....	31
2.1.3 Konsep Kepercayaan	
2.1.3.1 Definisi Kepercayaan.....	32
2.1.3.2 Faktor-Faktor Karakteristik Kepercayaan.....	34
2.1.3.3 Manfaat Kepercayaan.....	37
2.1.4 Pengaruh Strategi <i>Rpositioning</i> Terhadap Kepercayaan.....	38
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.3 Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian	
3.2.1 Jenis Penelitian dan Penelitian yang Digunakan.....	50
3.2.2 Oprasionalisasi Variabel	51

3.2.3 Jenis dan Sumber Data	55
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	56
3.2.4.1 Populasi	56
3.2.4.2 Sampel.....	57
3.2.4.3 Teknik Sampling.	58
3.2.5 Hasil Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	61
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	65
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	67
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	67
3.2.7.2 Analisis Data Deskriptif.....	67
3.2.7.3 Analisis Data Verifikatif	68
3.2.7.4 Pengujian Hipotesis.....	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Tamu HI	
4.1.1 Profil Perusahaan	
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	75
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan.....	75
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	77
4.1.2 Profil Tamu HI	
4.1.2.1 Jenis atau Tipe Tamu HI	81
4.1.2.2 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
4.1.2.3 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Usia.....	85
4.1.2.4 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Status	86
4.1.2.5 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Penghasilan.....	87
4.1.2.6 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Pekerjaan	88
4.1.2.7 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Asal Tempat Tinggal.....	89
4.1.2.8 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Frekuensi Menginap.....	91

4.1.2.9 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Keperluan	
Mengingat.....	92
4.1.2.10 Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Lama	
Mengingat.....	93
4.1.3 Alasan Tamu <i>Member</i> Mengingat di HI	95
4.2 Pelaksanaan Strategi <i>Repositioning</i> di HI	
4.2.1 Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap <i>Brand Logo</i>	96
4.2.2 Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap <i>Building Renovation</i>	100
4.2.3 Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap <i>Staff Performance</i>	104
4.2.4 Rekapitulasi Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap Strategi <i>Repositioning</i> Di HI.....	108
4.3 Penilaian Kepercayaan Terhadap HI	
4.3.1 Rekapitulasi Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap HI	114
4.4 Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> HI Terhadap Kepercayaan	
4.4.1 Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> Terhadap Kepercayaan.....	115
4.4.1.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	115
4.4.1.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	118
4.4.1.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	120
4.4.1.4 Besarnya Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> Terhadap Kepercayaan	121
4.4.1.5 Model Persamaan Regresi Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> Terhadap Kepercayaan.....	123
4.5 Implikasi Hasil Penelitian	
4.5.1 Temuan yang Bersifat Teoritik.....	124
4.5.2 Temuan yang Bersifat Empirik.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Rekomendasi.....	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Data Jumlah Holtel Berbintang di Bandung Tahun 2005-2010.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu	39
3.1	Oprasionalisasi Variabel	51
3.2	Sumber dan Cara Penentuan	55
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	63
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
3.8	Koefisien Korelasi.....	72
4.4	Rekapitulasi Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap Strategi <i>Repositioning</i> HI.....	108
4.5	Rekapitulasi Tanggapan Tamu <i>Member</i> Terhadap Kepercayaan.....	114
4.6	Matrik Korelasi Antar Variabel.....	118
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	119
4.8	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	120
4.9	<i>Output</i> Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> HI Terhadap Kepercayaan.....	121

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> HI Terhadap Kepercayaan.....	47
2.2	Paradigma Pengaruh Strategi <i>Repositioning</i> HI Terhadap Kepercayaan.....	48
3.1	Struktur Kausal X dan Y.....	74
4.2	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.3	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Usia....	85
4.4	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Status..	86
4.5	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Penghasilan.....	87
4.6	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Pekerjaan	88
4.7	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Asal Tinggal.....	90
4.8	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Frekuensi Menginap.....	91
4.9	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Keperluan Menginap.....	92
4.10	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI Berdasarkan Lama Menginap.....	94
4.11	Keterkaitan Jenis Tamu <i>Member</i> HI dan Alasan Menginap	95
4.12	Kinerja Dimensi <i>Brand Logo</i>	97
4.13	Kinerja Indikator Dimensi <i>Brand Logo</i> Tamu <i>Member Corporate</i>	98
4.14	Kinerja Indikator Dimensi <i>Brand Logo</i> Tamu <i>Member Individu</i>	99
4.15	Kinerja Dimensi <i>Building Renovation</i>	101
4.16	Kinerja Indikator Dimensi <i>Building Renovation</i> Tamu <i>Member Corporate</i> ..	102
4.17	Kinerja Indikator Dimensi <i>Building Renovation</i> Tamu <i>Member</i> individu...	103

4.18	Kinerja Dimensi <i>Staff Performance</i>	105
4.19	Kinerja Indikator Dimensi <i>Staff Performance</i> Tamu <i>Member Corporate</i>	106
4.20	Kinerja Indikator Dimensi <i>Staff Performance</i> Tamu <i>Member Individu</i>	107
4.21	Kinerja Kepercayaan Terhadap HI.....	110
4.22	Kinerja Indikator Kepercayaan Tamu <i>Member Corporate</i>	112
4.23	Kinerja Indikator Kepercayaan Tamu <i>Member Individu</i>	113
4.24	<i>Histogram Dependent Variable</i> Kepercayaan Tamu <i>Member</i> Terhadap HI.....	117
4.25	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	116
4.26	Struktur Kausal Hipotesis.....	122

