

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Profil Umum Gumilang Regency Hotel.....	1
1.1.2 Fasilitas Hotel	1
1.1.3 Visi dan Misi Gumilang Regency Hotel	2
1.1.4 Bidang Usaha	3
1.1.5 Makna Logo	3
1.1.6 Bagan Struktur Gumilang Regency Hotel.....	4
1.1.7 Produk	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Pertanyaan Penelitian	18
1.5 Tujuan Penelitian.....	19
1.6 Kegunaan Penelitian.....	20
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	20
1.7.1 Lokasi, Objek Penelitian dan Periode Penelitian	21
1.8 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II.....	22
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	22

2.1.1	Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>)	22
2.1.2	Model bisnis aliran pendapatan (<i>revenue stream</i>)	22
2.1.3	Pergeseran model bisnis <i>offline</i> ke <i>online</i>	23
2.1.4	Harga (<i>price</i>) dan penetapan harga (<i>pricing</i>)	25
2.1.5	Penetapan harga di perhotelan (<i>pricing in hospitality</i>)	26
2.1.6	Kesesuaian (<i>Fairness</i>)	27
2.1.7	Persepsi kesesuaian harga (<i>price fairness perception</i>)	28
2.1.8	Sesuatu yang mendahului dan konsekuensi dari persepsi kesesuaian harga (<i>antecedent and consequences of price fairness perception</i>)	29
2.1.9	Kesesuaian harga yang dirasakan (<i>perceived price fairness</i>)	31
2.1.10	Proses keputusan pembeli (<i>buyer decision process</i>)	32
2.1.11	Keputusan pembelian berulang (<i>repeat purchase behavior</i>)	33
2.1.12	Kepuasan konsumen (<i>customer satisfaction</i>)	34
2.1.13	Loyalitas	35
2.1.14	Loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen (<i>customer loyalty and customer satisfaction</i>)	35
2.1.15	Perencanaan strategis (<i>strategic planning</i>)	35
2.1.16	Strategi pemasaran (<i>marketing strategy</i>)	36
2.1.17	Strategi harga (<i>pricing strategy</i>)	36
2.1.18	Penetapan harga kamar hotel (<i>hotel room pricing</i>)	37
2.2	Kerangka Penelitian	40
2.3	Hipotesis Penelitian	43
BAB III		45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Alat Pengumpulan Data	46
3.2.1	Variabel dan Sub Variabel	46
3.2.2	Skala Pengukuran	57
3.3	Tahapan Penelitian	58
3.4	Populasi dan Sampel	59
3.4.1	Populasi	59
3.4.2	Sampel	59
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	60
3.5	Pengumpulan data dan sumber data	60

3.5.1	Pengumpulan data	60
3.5.2	Sumber data	63
3.5.2.1	Data Primer	63
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.6.1	Validitas	63
3.6.2	Reliabilitas	66
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	68
3.7.1	Metode Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	68
3.7.2	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	69
3.7.3	Model Struktural (<i>Inner model</i>)	70
3.7.4	Hipotesis.....	71
BAB IV	72
4.1	Karakteristik responden.....	72
4.1.1	Karakteristik reponden berdasarkan pengalaman melakukan reservasi melalui <i>online booking</i> di Gumilang Regency Hotel	72
4.1.2	Karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin	73
4.1.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	73
4.1.4	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir..	74
4.1.5	Karakteristik reponden berdasarkan pekerjaan	74
4.1.6	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	75
4.1.7	Karakteritsik responden berdasarkan tipe kamar saat menginap	76
4.1.8	Karakteristik reponden berdasarkan tujuan menginap.....	76
4.2	Hasil penelitian.....	77
4.2.1	Analisis data.....	77
4.2.2	<i>Outer model</i>	79
4.2.3	Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	83
4.3	Pengujian Hipotesis	87
4.4	Pembahasan	90
4.4.1	Formulasi Harga	94
4.4.1.1	Strategi Harga Eksistis Gumilang Regency Hotel	94
4.4.1.2	Strategi Harga Berdasarkan Hasil Kuesioner.....	97
BAB V	103

5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran untuk perusahaan.....	104
5.2.2	Saran untuk penelitian selanjutnya.....	105
	DAFTAR PUSTAKA	106
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	110