

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.2.1 Identifikasi masalah	8
1.2.2 Rumusan masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.3 Penetapan Harga	13
2.3.1 Pengertian Harga	13

2.3.2 Pengertian Penetapan Harga	14
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	14
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	16
2.3.5 Metode Penetapan Harga	18
2.3.6 Penyesuaian Harga	19
2.3.7 Memilih Harga Akhir	22
2.4 Ruang Lingkup Jasa	23
2.4.1 Pengertian Jasa	23
2.4.2 Karakteristik Jasa	24
2.4.3 Klasifikasi Jasa	25
2.4.4 Kualitas Pelayanan Jasa	27
2.4.5 Pengertian Kualitas dan Kualitas Jasa	28
2.4.6 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	28
2.4.7 Dimensi Kualitas Jasa	30
2.5 Loyalitas Konsumen	35
2.5.1 Pengertian Loyalitas	35
2.5.2 Jenis Loyalitas	35
2.5.3 Tahapan Loyalitas	37
2.5.4 Proses Evolusi Tahapan Loyalitas	38
2.5.5 Penelitian Sebelumnya	42
2.6 Kerangka Pemikiran	47

2.7 Hipotesis	50
---------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	51
--	----

3.2 Operasional Variabel	52
--------------------------------	----

3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data	59
--	----

3.3.1 Sumber Penentuan Data	59
-----------------------------------	----

3.3.2 Cara Penentuan Data	59
---------------------------------	----

3.3.2.1 Populasi	59
------------------------	----

3.3.2.2 Teknik Ukuran Sampel	60
------------------------------------	----

3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
-----------------------------------	----

3.4.1 Uji Validitas	63
---------------------------	----

3.4.2 Uji Reliabilitas	65
------------------------------	----

3.5 Rancangan Analisis dan Hipotesis	69
--	----

3.5.1 Analisa Deskriptif	69
--------------------------------	----

3.5.2 Analisa Verifikatif	73
---------------------------------	----

3.5.2.1 Transformasi Data	73
---------------------------------	----

3.5.2.2 Uji Pengaruh	74
----------------------------	----

3.5.2.3 Analisis Regresi Berganda	76
---	----

3.5.3 Uji Hipotesis	76
---------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Savoy Homann Bidakara Hotel	78
---	----

4.1.1 Sejarah Singkat Savoy Homann Bidakara Hotel	78
4.1.2 Visi, Misi, Slogan Savoy Homann Bidakara Hotel	80
4.1.3 Fasilitas Ruang Pertemuan (<i>Meeting Rooms</i>)	81
4.1.4 Struktur Organisasi	83
4.2 Profil Responden Savoy Homann Bidakara Hotel	84
4.3 Kebijakan Penetapan Harga Savoy Homann Bidakara Hotel	86
4.3.1 Kualitas Pelayanan Savoy Homann Bidakara Hotel	92
4.3.2 Loyalitas Konsumen Savoy Homann Bidakara Hotel	96
4.4 Analisis Verifikatif	100
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	100
4.4.2 Analisis Regresi Berganda	104
4.5 Uji Hipotesis	106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN