

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Marketing</i>	13
2.1.2 Hotel	15
2.1.2.1 Jenis Hotel	16
2.1.2.2 Klasifikasi Hotel	17
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	19
2.1.3.1 <i>Website</i>	20
2.1.3.2 <i>Website Quality</i>	21
2.1.3.3 Dimensi <i>Website Quality</i>	22
2.1.4 <i>Electronic Customer Relationship Management</i>	23
2.1.4.1 Dimensi <i>eCRM</i>	24

2.1.5	<i>Decision Making</i>	25
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
2.3.1	Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Decision Making</i>	30
2.3.2	Pengaruh <i>eCRM</i> terhadap <i>Decision Making</i>	31
2.3.3	Pengaruh <i>Website Quality</i> dan <i>eCRM</i> terhadap <i>Decision Making</i>	31
2.4	Model Analisis dan Hipotesis	32
2.4.1	Model	32
2.4.2	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Metode Penelitian.....	34
3.2	Desain, Jenis, Tempat dan Langkah Penelitian	34
3.2.1	Desain Penelitian	34
3.2.2	Jenis Penelitian	35
3.2.3	Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.2.4	Langkah Penelitian	36
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.4	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	38
3.4.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	38
3.4.2	Oprasinalisasi Variabel	39
3.5	Jenis dan Sumber Data Penelitian	41
3.5.1	Jenis Data.....	41
3.5.2	Penetuan Data	41
3.5.3	Pengumpulan Data.....	42
3.6	Metode Analisis Data	42
3.6.1	Analisis Data Kuantitatif	42
3.6.2	Analisis Deskriptif	43
3.6.3	Pengujian Instrumen	44

3.6.4	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.4.1	Uji Normalitas	46
3.6.4.2	Uji Multikolinearitas	46
3.6.4.3	Uji Heterokedasitas	47
3.6.5	Analisis Regresi Berganda	47
3.6.6	Analisis Koefisien Determinasi	48
3.6.7	Rancangan Uji Hipotesis	49
3.6.8	Uji t dan Uji F.....	49
3.7	Keterbatasan Penelitian	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Profile	51
4.1.1	Profile Hotel Savoy Homann.....	51
4.1.2	Profile Responden.....	53
4.1.3	Uji Instrumen Penelitian	54
4.1.3.1	Uji Validitas	54
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	60
4.1.4	Analisis Deskriptif	61
4.1.4.1	Analisis Variabel <i>Website Quality</i>	63
4.1.4.2	Analisis Variabel <i>eCRM</i>	68
4.1.4.3	Analisis Variabel <i>Decision Making</i>	72
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	77
4.1.5.1	Uji Normalitas	77
4.1.5.2	Uji Multikolinearitas	79
4.1.5.3	Uji Heterokedasitas	80
4.1.6	Koefisien Determinasi	81
4.1.7	Pengujian Hipotesis	82
4.1.7.1	Analisis Regresi Berganda	82
4.1.7.2	Uji F	84
4.1.7.3	Uji t	85
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	88

4.2.1 Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Decision Making</i>	88
4.2.2 Pengaruh <i>eCRM</i> Terhadap <i>Decision Making</i>	88
4.2.3 Pengaruh <i>Website Quality</i> dan <i>eCRM</i> Terhadap <i>Decision Making</i> ..	89
4.3 Implikasi Manajerial	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	L.1
1. Surat Pengantar.....	L.2
2. Kuesioner.....	L.3
3. Hasil Uji Analisis	L.14
4. Plagiarism Checker	L.19