DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 11

1.2.1 Identifikasi Masalah 11

1.2.2 Rumusan Masalah 12

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 12

1.3.1 Maksud Penelitian 12

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 13

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 Pengertian Jasa..... 14

2.1.2 Karakteristik Jasa..... 15

2.1.3 Jenis-Jenis Jasa..... 16

2.2.Jasa Hotel..... 17

2.2.1.Pengertian Hotel..... 17

2.2.2.Jenis-Jenis Jasa Perhotelan..... 18

2.2.3.Penggolongan Hotel..... 19

2.3.Kepercayaan Merek (*Brand Trust*)..... 19

2.3.1.Definisi Kepercayaan Merek..... 19

2.3.2.Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Merek..... 22

2.3.3.Indikator *Brand Trust*..... 23

2.4.Lokasi..... 29

2.4.1.Definisi Lokasi..... 29

2.4.2.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi..... 29

2.5.Keputusan Pembelian Konsumen..... 32

2.5.1.Definisi Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen..... 32

2.5.2.Faktor-Faktor yang Mempngaruhi Keputusan Pembelian..... 33

2.5.3.Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan..... 35

2.5.4.Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen..... 37

2.6.Penelitian Terdahulu..... 45

2.7.Kerangka Pemikiran..... 45

2.8.Keterkaitan *Brand Trust*,Lokasi dan Keputusan Pembelian..... 46

2.8.1.Keterkaitan *Brand Trust* dengan Keputusan Pembelian..... 47

2.8.2.Keterkaitan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian..... 47

2.9.Hipotesis..... 48

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 54

3.2 Metode Penelitian 55

3.2.1 Desain Penelitian 56

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian 59

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 61

3.2.3.1 Sumber Data Penelitian 62

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 62

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 64

3.2.4.1 Uji Validitas 66

3.2.4.2 Uji Realibilitas 68

3.2.4.3 MSI (*Method ogf Succesive Interval*)..... 70

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis 71

3.2.5.1 Rancangan Analisis 71

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)..... 72

3.2.5.1.2 Analisis Verivikatif (Kuantitatif) 73

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian..... 78

4.1.1.Sejarah Perusahaan..... 78

4.1.2.Struktur Organisasi Perusahaan..... 80

4.1.3.Uraian Tugas…….. 84

4.1.4.Aspek Kegiatan Perusahaan…….. 97

4.2 Pembahasan..... 99

4.2.1.Profil Responden…….. ……... 99

4.2.2.Analisis Deskriptif…… 102

4.2.1.1.Tanggapan Konsumen Tentang Brand Trust……... 102

4.2.2.2.Tanggapan Konsumen Tentang Lokasi…… 112

4.2.2.3.Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian 122

4.2.3.Analisis Verifikatif…….. 134

4.2.3.1.Pengaruh Brand Trust dan Lokasi Terhadap Keputusan 134

4.2.3.2.Korelasi Brand Trust dengan Keputusan Pembelian…. 139

4.2.3.3.Korelasi Lokasi dengan Keputusan Pembelian……. 140

4.2.3.4.Analisis Koefisien Determinasi……. 141

4.3.Pengujian Hipotesis…… 143

4.3.1.Uji F……. 143

4.3.2.Uji T……. 145

4.3.2.1.Pengujian Brand Trust……. 145

4.3.2.2.Pengujian Lokasi…….. 147

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan..... 150

5.2.Saran..... 151

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN