

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORETIK	15
2.1. Deskripsi Konseptual	15
2.1.1. <i>Service Quality</i>	15
2.1.2. <i>Servicescape</i>	17
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.4. <i>Behavioral Intention</i>	23
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Teoretik	35
2.4. Model Penelitian	37
2.5. Perumusan Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1. Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian	39
3.2. Metode Penelitian	39
3.3. Populasi & <i>Sampling</i>	40
3.3.1. Populasi	40
3.3.2. Sampel	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.5. Operasionalisasi Variabel	43
3.5.1. Variabel Independen	43
3.5.1.1. <i>Service Quality</i>	44
3.5.1.2. <i>Servicescape</i>	45
3.5.2. Variabel Dependen	47
3.5.2.1. <i>Behavioral Intention</i>	47
3.5.3. Variabel Intervening	48
3.5.3.1 <i>Customer Satisfaction</i>	48
3.6. Skala Pengukuran	49
3.7. Teknik Analisis Data	50
3.7.1. Analisis Deskriptif	50
3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.7.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	52
3.7.4. Kesesuaian Model	53
3.7.5. Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Deskripsi Data	57
4.2. Hasil Analisis Data	58

4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.2. Analisis Deskriptif	61
4.2.3. Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	68
4.2.4. <i>Full Model SEM</i>	74
4.2.5. <i>Fit Model SEM</i>	76
4.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	78
4.4. Uji Hipotesis	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Implikasi.....	86
5.3.Saran.....	88
5.3.1. Saran Praktis	88
5.3.2. Saran Teoritis	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	94
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 <i>Top Brand Awards</i> Kategori Hotel <i>Budget</i> 2013-2016	7
Tabel I.2 Hotel Dengan Tingkat Kualitas Pelayanan Terbaik Kategori <i>Value Hotel</i> 2017.....	8
Tabel I.3 Hotel Paling Bersih Kategori <i>Value Hotel</i> 2017	9
Tabel I.4 Hotel Tingkat Kepuasan Paling Tinggi Kategori <i>Value Hotel</i> 2017	10
Tabel II.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1 Tabel Jumlah Sampel Yang Digunakan Dalam Studi Riset Pemasaran	42
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel <i>Service Quality</i>	44
Tabel III.3 Operasionalisasi Variabel <i>Servicescape</i>	46
Tabel III.4 Operasionalisasi Variabel <i>Behavioral Intention</i>	47
Tabel III.5 Operasionalisasi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	49
Tabel III.6 Pengukuran Skala Likert.....	50
Tabel III.7 <i>Goodness of Fit Indices</i>	55
Tabel IV.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	57
Tabel IV.2 Jenis Kelamin dan Pekerjaan Responden	58
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas	59
Tabel IV.4 Hasil Uji Relibilitas	60
Tabel IV.5 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X1).....	61
Tabel IV.6 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Servicescape</i> (X2).....	63
Tabel IV.7 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i> (Z).....	65
Tabel IV.8 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfactiion</i> (Y).	67
Tabel IV.9 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Service Quality</i>	68
Tabel IV.10 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Servicescape</i>	70
Tabel IV.11 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	71
Tabel IV.12 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i>	73
Tabel IV.13 <i>Full Model Goodness of fit Indices</i>	75
Tabel IV.14 <i>Fit Model Goodness of fit Indices</i>	77
Tabel IV.15 Indikator <i>Fit Model</i>	77

Tabel IV.16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	79
Tabel IV.17 Model Persamaan Struktural.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Foreign Visitor Trend To Indonesia, 2000-2014</i>	2
Gambar I.2 <i>Four Asian Business Traveller Archetypes</i>	3
Gambar I.3 <i>Backpacker vs Flash Packer</i>	4
Gambar I.4 <i>Most Important Factors in Deciding to Stay at Budget Hotel</i>	5
Gambar I.5 <i>Amaris Hotel di Senen</i>	11
Gambar II.1 <i>Kerangka Teoretik Penelitian</i>	38
Gambar III.1 <i>Diagram Konseptual Full Model</i>	56
Gambar IV.1 <i>Model First Order Construct Variabel Service Quality</i>	69
Gambar IV.2 <i>Model First Order Construct Variabel Servicescape</i>	70
Gambar IV.3 <i>Model First Order Construct Variabel Customer Satisfaction</i>	72
Gambar IV.4 <i>Model First Order Construct Variabel Behavioral Intention</i>	73
Gambar IV.5 <i>Full Model SEM</i>	74
Gambar IV.6 <i>Fit Model SEM</i>	76
Gambar IV.7 <i>t-values SEM</i>	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 <i>Output Validitas Product Moment Pearson Correlation</i>	103
Lampiran 3 <i>Output Validitas</i>	116
Lampiran 4 <i>Output Reliabilitas</i>	107
Lampiran 5 <i>Output Goodness of Fit</i>	108
Lampiran 6 <i>Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</i>	113
Lampiran 7 <i>Standardized Total Effects</i>	114
Lampiran 8 <i>Window Awal LISREL 8.8</i>	114