

## DAFTAR ISI

COVER .....	I
TITTLE PAGE .....	II
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	III
DECLARATION OF AUTHENTICITY OF PAPER AND UPLOAD	
AGREEMENT .....	IV
APPROVAL PAGE BY FINAL ADVISOR .....	V
APPROVAL PAGE BY FINAL PAPER DEFENSE COMMITTEE .....	VI
ABSTRACT .....	VII
ABSTRAK .....	VIII
PREFACE .....	IX
DAFTAR ISI .....	XII
DAFTAR GAMBAR .....	XVII
DAFTAR TABEL .....	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XXI
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 BATAS PENELITIAN .....	12
1.3 RUMUSAN MASALAH .....	12
1.4 TUJUAN PENELITIAN .....	13
1.5 MANFAAT PENELITIAN .....	14
1.5.1 MANFAAT TEORITIS .....	14
1.5.2 MANFAAT PRAKTIS .....	14
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN .....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	16
2.1 LANDASAN TEORI .....	16
2.1.1 PERHOTELAN .....	16
2.1.2 REPURCHASE INTENTION .....	22

2.1.3 CUSTOMER SATISFACTION .....	23
2.1.4 PERCEIVED VALUE .....	27
2.1.5 IMAGE .....	29
2.1.6 TECHNICAL DIMENSION .....	32
2.1.7 FUNCTIONAL DIMENSION .....	33
2.1.8 PRICE .....	35
2.2 PENELITIAN TERDAHULU .....	37
2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	39
2.3.1 PENGARUH IMAGE TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	39
2.3.2 PENGARUH TECHNICAL DIMENSION TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	40
2.3.3 PENGARUH FUNCTIONAL DIMENSION TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	41
2.3.4 PENGARUH PRICE TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	41
2.3.5 PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION .....	42
2.3.6 PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION .....	43
2.4 MODEL PENELITIAN .....	45
2.5 BAGAN ALUR BERPIKIR .....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	48
3.1 JENIS PENELITIAN .....	48
3.2 JENIS DATA .....	48
3.2.1 SUMBER DATA .....	49
3.2.2 POPULASI .....	49
3.2.3 SAMPEL .....	50

3.3 METODE PENGUMPULAN DATA .....	51
3.4 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL .....	53
3.5 METODE ANALISIS DATA .....	55
3.5.1 UJI RELIABILITAS .....	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	67
4.1 GAMBARAN UMUM .....	67
4.1.1 MaxOneHotels.com @Dharmahusada .....	67
4.1.2 PROFIL RESPONDE .....	68
4.1.2.1 JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	68
4.1.2.2 USIA RESPONDEN .....	69
4.2 ANALISIS DATA .....	70
4.2.1 TANGGAPAN RESPONDEN .....	70
4.2.2 ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL .....	79
4.2.2.1 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP IMAGE .....	79
4.2.2.2 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP TECHNICAL DIMENSION .....	80
4.2.2.3 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP FUNCTIONAL DIMENSION .....	82
4.2.2.4 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP PRICE .....	83
4.2.2.5 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP PERCEIVED VALUE.....	85
4.2.2.6 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION .....	86
4.2.2.7 PENJELASAN RESPONDEN TERHADAP REPURCHASE INTENTION .....	87
4.2.3 HASIL PENGUJIAN KUALITAS DATA .....	88
4.2.3.1 EVALUASI NORMALITAS DATA .....	90

4.2.3.2 EVALUASI OUTLINERS .....	91
4.2.3.3 UNIVARIATE OUTLINERS .....	91
4.2.3.4 MULTIVARIATE OUTLINERS .....	92
4.2.3.5 EVALUASI MULTICOLLINEARSITY .....	94
4.2.3.6 ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI .....	95
4.2.3.7 ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI VARIABEL EKSOGEN .....	96
4.2.3.8 ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI VARIABEL ENDOGEN .....	97
4.2.4 ANALISIS FULL STRUCTURAL EQUATION MODELING .....	98
4.2.5 UJI RELIABILITY .....	101
4.2.6 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS .....	102
4.2.6.1 PENGUJIAN HIPOTESIS (H1) .....	102
4.2.6.2 PENGUJIAN HIPOTESIS (H2) .....	103
4.2.6.3 PENGUJIAN HIPOTESIS (H3) .....	103
4.2.6.4 PENGUJIAN HIPOTESIS (H4) .....	104
4.2.6.5 PENGUJIAN HIPOTESIS (H5) .....	104
4.2.6.6 PENGUJIAN HIPOTESIS (H6) .....	105
4.3 PEMBAHASAN .....	105
BAB V KESIMPULAN .....	128
5.1 SIMPULAN .....	128
5.1.1 SIMPULAN ATAS HIPOTESIS .....	128
5.1.1.1 PENGARUH IMAGE TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	128
5.1.1.2 PENGARUH TECHNICAL DIMENSION TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	130
5.1.1.3 PENGARUH FUNCTIONAL DIMENSION TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	131
5.1.1.4 PENGARUH PRICE TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	132

5.1.1.5 PENGARUH PECEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER	
SATISFACTION .....	133
5.1.1.6 PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP	
REPURCHASE INTENTION .....	134
5.1.2 SIMPULAN ATAS MASALAH PENELITIAN .....	135
5.2 IMPLIKASI .....	136
5.2.1 IMPLIKASI TEORITIS .....	136
5.2.2 IMPLIKASI MANAJERIAL .....	136
5.3 REKOMENDASI .....	145
DAFTAR PUSTAKA .....	146
LAMPIRAN A : KUISIONER .....	151
LAMPIRAN B : TABULASI DATA .....	156
LAMPIRAN C : HASIL DATA OUTPUT SPSS .....	158
LAMPIRAN D : HASIL DATA OUTPUT AMOS .....	159
LAMPIRAN E : HASIL CHECK TURNITIN .....	169

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 DATA PERTUMBUHAN HOTEL DI KOTA SURABAYA .....	1
GAMBAR 1.2 DATA RATA - RATA HARGA HOTEL DI KOTA SURABAYA .....	4
GAMBAR 1.3 FOTO KAMAR TIPE HAPPINESS ROOM .....	7
GAMBAR 1.4 FOTO MEETING ROOM & CARDAMOM BISTRO .....	8
GAMBAR 1.5 LOGO DARI MAXONEHOTELS.COM @DHARMAHUSADA .....	8
GAMBAR 2.1 RESULT OF HYPOTHESES TEST .....	39
GAMBAR 2.2 MODEL PENELITIAN .....	45
GAMBAR 2.3 GAMBAR BAGAN ALUR BERPIKIR .....	46
GAMBAR 3.1 DIAGRAM ALUR KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS .....	59
GAMBAR 4.1 JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	69
GAMBAR 4.2 USIA RESPONDEN .....	70
GAMBAR 4.3 IMAGE, TECHNICAL DIMENSION, FUNCTIONAL DIMENSION, PRICE .....	96
GAMBAR 4.4 SATISFACTION & LOYALTY .....	97
GAMBAR 4.5 FULL STRUCTURAL EQUATIONAL MODEL .....	99

## DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 TABEL INTI KUISIONER .....	52
TABEL 3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL .....	53
TABEL 3.3 KETERANGAN INDIKATOR KONSTRUK .....	57
TABEL 3.4 KETERANGAN HUBUNGAN ANTAR KONSTRUK .....	59
TABEL 3.5 HASIL KONVERSI KE DALAM PERSAMAAN MODEL PENGUKURAN KONSTRUK EKSOGEN DAN ENDOGEN.....	60
TABEL 3.6 INDEKS PENGUJIAN KELAYAKAN SEBUAH MODEL (GOODNESS OF FIT INDEX) .....	65
TABEL 4.1 JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	65
TABEL 4.2 USIA RESPONDEN .....	69
TABEL 4.3 DERAJAT PENILAIAN TIAP VARIABEL .....	71
TABEL 4.4 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP IMAGE .....	71
TABEL 4.5 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP TECHNICAL DIMENSION .....	72
TABEL 4.6 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP FUNCTIONAL DIMENSION ...	74
TABEL 4.7 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PRICE .....	75
TABEL 4.8 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERCEIVED VALUE .....	76
TABEL 4.9 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION .....	77
TABEL 4.10 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP REPURCHASE INTENTION .....	78
TABEL 4.11 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL IMAGE .....	79
TABEL 4.12 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL TECHNICAL DIMENSION .....	80
TABEL 4.13 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL FUNCTIONAL DIMENSION .....	82



<b>TABEL 4.14 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL</b>	
<b>PRICE .....</b>	<b>83</b>
<b>TABEL 4.15 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL</b>	
<b>PERCEIVED VALUE .....</b>	<b>85</b>
<b>TABEL 4.16 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL</b>	
<b>CUSTOMER SATISFACTION .....</b>	<b>86</b>
<b>TABEL 4.17 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP</b>	
<b>REPURCHASE INTENTION .....</b>	<b>87</b>
<b>TABEL 4.18 GOODNES OF FIT INDEX .....</b>	<b>89</b>
<b>TABEL 4.19 EVALUASI NORMALITAS .....</b>	<b>90</b>
<b>TABEL 4.20 STATISTIK DESKRIPTIF Z-SCORE .....</b>	<b>91</b>
<b>TABEL 4.21 MAHALANOBIS DISTANCE .....</b>	<b>92</b>
<b>TABEL 4.22 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI FAKTOR LOADING IMAGE,</b>	
<b>TECHNICAL DIMENSION, FUNCTIONAL DIMENSION, PRICE .....</b>	<b>96</b>
<b>TABEL 4.23 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI FAKTOR LOADING PERCEIVED</b>	
<b>VALUE, CUSTOMER SATISFACTION, REPURCHASE INTENTION .....</b>	<b>97</b>
<b>TABEL 4.24 INDEX PENGUJIAN KELAYAKAN .....</b>	<b>99</b>
<b>TABEL 4.25 REGRESSION WEIGHT FULL STRUCTURAL EQUATION MODEL .....</b>	<b>100</b>
<b>TABEL 4.26 UJI RELIABILITY .....</b>	<b>101</b>
<b>TABEL 4.27 HASIL UJIAN HIPOTESIS .....</b>	<b>102</b>
<b>TABEL 4.28 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI IMAGE .....</b>	<b>110</b>
<b>TABEL 4.29 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI TECHNICAL DIMENSION .....</b>	<b>113</b>
<b>TABEL 4.30 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI FUNCTIONAL DIMENSION ....</b>	<b>116</b>
<b>TABEL 4.31 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI PRICE .....</b>	<b>118</b>
<b>TABEL 4.32 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI PERCEIVED VALUE .....</b>	<b>121</b>
<b>TABEL 4.33 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER SATISFACTION ..</b>	<b>124</b>
<b>TABEL 4.34 INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI REPURCHASE INTENTION ....</b>	<b>125</b>



<b>TABEL 5.1 IMPLIKASI MANAJERIAL .....</b>	<b>140</b>
---	------------



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUISIONER .....	151
LAMPIRAN B : TABULASI DATA .....	156
LAMPIRAN C : HASIL OUTPUT DATA SPSS .....	158
LAMPIRAN D : HASIL OUTPUT DATA AMOS .....	159
LAMPIRAN E : HASIL CHECK TURNITIN .....	169

