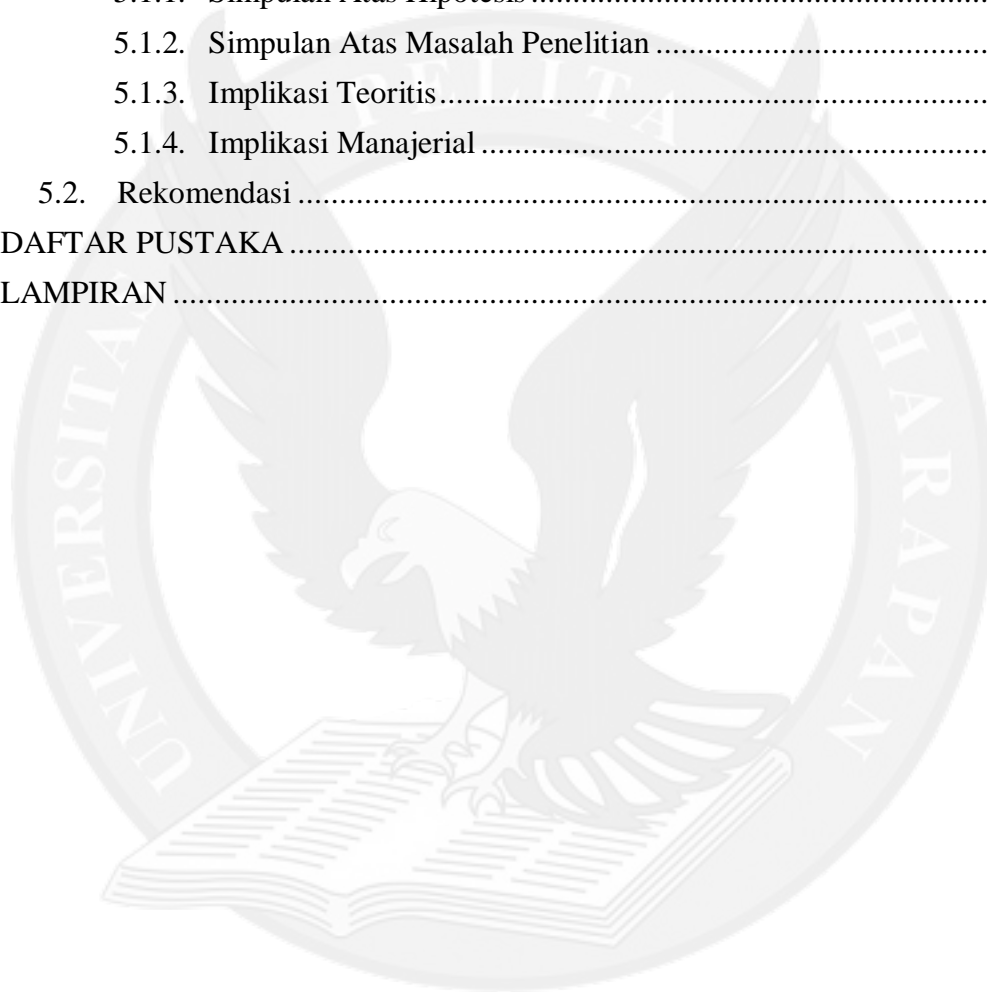


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.5.1 Manfaat Teoritis	20
1.5.2 Manfaat Praktis	21
1.6 Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 <i>Word-of-Mouth</i>	23
2.1.2 <i>Brand Loyalty</i>	25
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.1.4 <i>Peace of Mind</i>	28
2.1.5 <i>Moments of Truth</i>	29
2.1.6 <i>Outcome Focus</i>	30
2.1.7 <i>Product Experience</i>	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1 Pengaruh <i>Peace of Mind</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34

2.3.2	Pengaruh <i>Moments of Truth</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.3.3	Pengaruh <i>Outcome Focus</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.3.4	Pengaruh <i>Product Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	36
2.3.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	37
2.3.6	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	38
2.3.7	Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	39
2.4	Model Penelitian	40
2.5	Bagan Alur Berpikir	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Jenis Data	43
3.2.1	Data Primer	44
3.2.2	Data Sekunder	44
3.3	Populasi dan Sampel	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel	45
3.4	Metode Pengumpulan Data	46
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.6	Metode Menganalisis Data	51
3.6.1	Pengolahan Data	51
3.6.2	Pengujian Hipotesis	52
3.6.3	Uji Validitas	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Gambaran Umum Hotel Cambridge Medan	64
4.2.	Analisis Data	65
4.2.1.	Statistik Deskriptif	65
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel	77
4.2.3.	Uji Validitas	87
4.2.4.	Uji Reliability	88
4.2.5.	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	89
4.3.	Metode Analisis Statistik	96
4.3.1.	Analisis Regresi	96
4.3.2.	Analisis Koefisien Korelasi	100
4.3.3.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	101

4.4. Metode Pengujian Hipotesis.....	102
4.4.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	102
4.4.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	103
4.5. Pembahasan.....	106
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	127
5.1. Simpulan	127
5.1.1. Simpulan Atas Hipotesis	128
5.1.2. Simpulan Atas Masalah Penelitian	134
5.1.3. Implikasi Teoritis.....	135
5.1.4. Implikasi Manajerial	136
5.2. Rekomendasi	144
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	149



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Data Pertumbuhan Industri Hotel dan Penginapan lainnya (2010-2022)	3
Gambar 1. 2. Tingkat Hunian Kamar Hotel	4
Gambar 1. 3. Logo Hotel Cambridge Medan	5
Gambar 1. 4. Pencapaian Sertifikasi Hotel Cambridge Medan.....	7
Gambar 1. 5. Grafik <i>Occupancy</i> Hotel Cambridge Medan.....	9
Gambar 1. 6. Grafik Pengunjung Hotel Cambridge Medan.....	10
Gambar 1. 7. Tampilan Aplikasi Cambridge Membership	11
Gambar 1. 8. Ulasan mengenai <i>customer satisfaction</i> (1)	12
Gambar 1. 9. Ulasan mengenai <i>customer satisfaction</i> (2)	12
Gambar 1. 10. Ulasan pelanggan mengenai <i>peace of mind</i>	13
Gambar 1. 11. Ulasan pelanggan mengenai <i>moments of truth</i>	14
Gambar 1. 12. Ulasan pelanggan mengenai <i>outcome focus</i>	15
Gambar 1. 13. Kunjungan Ibu Iriana Joko Widodo.....	15
Gambar 1. 14. Pemberian <i>Doorprize</i> kepada pelanggan	16
Gambar 2. 1. Model Penelitian.....	40
Gambar 2. 2. Bagan Alur Berpikir.....	42
Gambar 4. 1. Diagram Pie Responden berdasarkan usia	66
Gambar 4. 2. Diagram Pie responden jenis kelamin	67
Gambar 4. 3. Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction.....	90
Gambar 4. 4. Scatterplot Uji Normalitas <i>Brand Loyalty</i>	90
Gambar 4. 5. Scatterplot Uji Normalitas <i>Brand Loyalty</i>	91
Gambar 4. 6. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	92
Gambar 4. 7. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas <i>Brand Loyalty</i>	93
Gambar 4. 8. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas <i>Word of Mouth (independent variable: Customer Satisfaction)</i>	93
Gambar 4. 9. Hasil Penelitian.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pesaing Hotel Cambridge Medan.....	6
Tabel 3. 1. Desain Inti Kuesioner	48
Tabel 3. 2. Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 3. 3. Rules of Thumb Tentang Ukuran Koefisien Determinasi	62
Tabel 4. 1. Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 3. Derajat Penilaian Setiap Variabel	68
Tabel 4. 4. Tanggapan Responden terhadap <i>Word of Mouth</i>	69
Tabel 4. 5. Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	70
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	71
Tabel 4. 7. Tanggapan Responden terhadap <i>Peace of Mind</i>	72
Tabel 4. 8. Tanggapan Responden terhadap <i>Moments of Truth</i>	73
Tabel 4. 9. Tanggapan Responden terhadap <i>Outcome Focus</i>	75
Tabel 4. 10. Tanggapan Responden terhadap <i>Product Experience</i>	76
Tabel 4. 11. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>peace of mind</i>	77
Tabel 4. 12. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>moments of truth</i>	78
Tabel 4. 13. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>outcome focus</i>	80
Tabel 4. 14. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>product experience</i>	81
Tabel 4. 15. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>customer satisfaction</i>	83
Tabel 4. 16. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>brand loyalty</i>	84
Tabel 4. 17. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>word of mouth</i>	86
Tabel 4. 18. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	87
Tabel 4. 19. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i>	87
Tabel 4. 20. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	87
Tabel 4. 21. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Peace of Mind</i>	87
Tabel 4. 22. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Moments of Truth</i>	88
Tabel 4. 23. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Outcome Focus</i>	88
Tabel 4. 24. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Experience</i>	88
Tabel 4. 25. Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4. 26. Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	89
Tabel 4. 27. Nilai Tolerance dan VIF	91
Tabel 4. 28. Spearman Test Correlation	94
Tabel 4. 29. Hasil Uji Linearitas.....	95
Tabel 4. 30. Hasil Uji Regresi Sederhana	96
Tabel 4. 31. (POM, MOT, OF, PE)	98
Tabel 4. 32. Hasil Koefisien Determinasi 1	101
Tabel 4. 33. Hasil Koefisien Determinasi 2	101
Tabel 4. 34. Hasil Koefisien Determinasi 3	102
Tabel 4. 35. Hasil Uji F.....	102

Tabel 4. 36. Hasil Uji T.....	104
Tabel 4. 37. Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	115
Tabel 4. 38. Indikator Variabel <i>Brand Loyalty</i>	116
Tabel 4. 39. Indikator Variabel <i>Peace of Mind</i>	118
Tabel 4. 40. Indikator Variabel <i>Moments of Truth</i>	120
Tabel 4. 41. Indikator Variabel <i>Outcome Focus</i>	121
Tabel 4. 42. Indikator Variabel <i>Product Experience</i>	123
Tabel 4. 43. Indikator Variabel <i>Word of Mouth</i>	124



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner.....	149
Lampiran B. Tabulasi Data Kuesioner.....	152
Lampiran C. Hasil Perhitungan Dan Pengolahan Data.....	157
Lampiran D. Hasil Turnitin	179

