

## DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
MOTTO	
LEMBAR DEDIKASI	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	7
1.2.1 Perumusan Masalah .....	7
1.2.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8

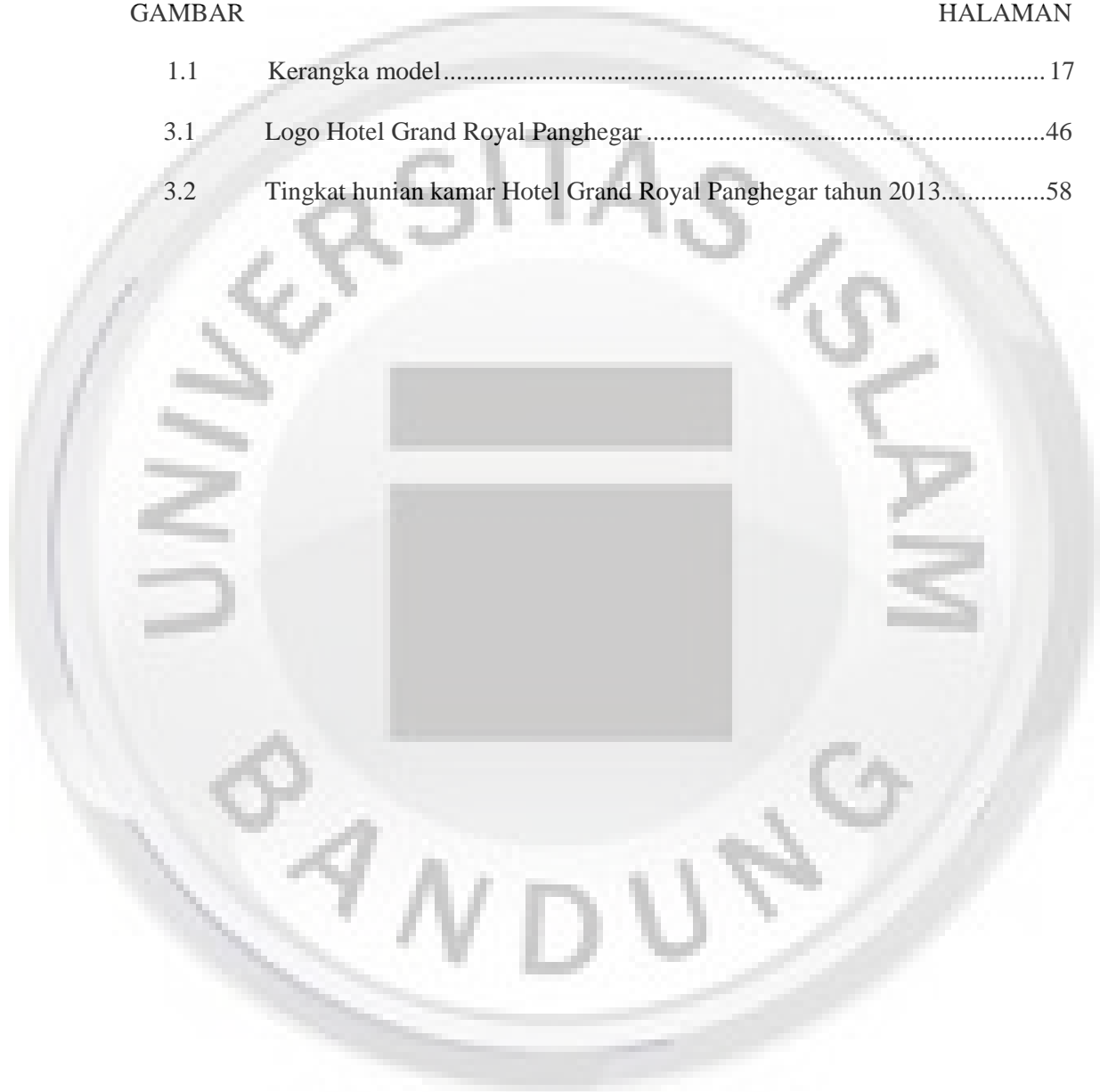
1.5 Ruang Lingkup Dan Pengertian Istilah .....	9
1.5.1 Ruang Lingkup.....	9
1.5.2 Pengertian Istilah .....	9
1.6 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis .....	11
1.6.1 Kerangka Pemikiran.....	11
1.6.2 Hipotesis .....	18
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	20
2.2 Tinjauan Teori.....	23
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.1.1 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	25
2.2.2 Pengertian Citra ( <i>image</i> ) .....	26
2.2.3 Strategi Membangun Citra .....	29
2.2.3.1 <i>Favorability of brand association</i> / Keunggulan asosiasi merek.....	30
2.2.3.2 <i>Strength of brand association</i> / Kekuatan asosiasi merek.....	32
2.2.3.3 <i>Uniqueness of brand association</i> / Keunikan asosiasi merek .....	33
2.2.4 Pengertian Hotel.....	34
2.2.5 Pengertian Tingkat Hunian Kamar ( <i>occupancy</i> ).....	34
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Objek Penelitian .....	38
3.1.1. Profil Hotel Grand Royal Panghegar .....	40

3.1.2. VISI, MISI, Filosofi, dan Tujuan Hotel Grand Royal Panghegar .....	44
3.1.3 Logo Hotel Hotel Grand Royal Panghegar .....	46
3.1.4. Struktur Organisasi Hotel Grand Royal Panghegar .....	46
3.1.5. Deskripsi Pekerjaan ( <i>job desk</i> ).....	52
3.2. Metodologi Penelitian .....	56
3.2.1. Metode Penelitian .....	56
3.2.2. Populasi Dan Sampel .....	57
3.2.3. Operasional Variabel.....	59
3.2.4. Teknik Pengolahan Data .....	65
3.2.5. Teknik Analisis Data.....	66
3.2.6. Uji Validitas Dan Realibilitas .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Analisis Deskriptif Data Responden .....	72
4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	76
4.2.1 Gambaran Variabel Citra Yang Berlaku ( <i>current image</i> ).....	80
4.2.1.1 Keunggulan Asosiasi Merek.....	82
4.2.1.2 Kekuatan Asosiasi Merek .....	92
4.2.1.3 Keunikan asosiasi Merek.....	97
4.2.2 Gambaran Variabel Tingkayt Hunian Kamar ( <i>occupancy</i> ) .....	104
4.3 Analisis Inferensial data Penelitian.....	116
4.3.1. Analisis Validitas .....	116
4.3.2. Analisis Realibilitas. ....	119
4.3.3 Analisis Korelasi .....	122

4.3.3.1 Hubungan Antara Keunggulan Asosiasi Merek Dengan Tingkat Hunian Kamar ( <i>occupancy</i> ).....	122
4.3.3.2 Hubungan Antara Kekuatan Asosiasi Merek Dengan Tingkat Hunian Kamar ( <i>occupancy</i> ).....	124
4.3.3.3 Hubungan Antara Keunikan Asosiasi Merek Dengan Tingkat Hunian Kamar ( <i>occupancy</i> ).....	127
4.3.3.4 Hubungan Antara Citra Yang Berlaku ( <i>Current Image</i> ) dengan Tingkat Hunian Kamar ( <i>occupancy</i> ) .....	129
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	133
5.2. Saran Dan Rekomendasi .....	134
5.2.1 Saran Dan Rekomendasi Teoritis.....	134
5.2.2 Saran Dan Rekomendasi Praktis.....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	137
<b>LAMPIRAN</b> .....	138

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1.1 Kerangka model.....	17
3.1 Logo Hotel Grand Royal Panghegar .....	46
3.2 Tingkat hunian kamar Hotel Grand Royal Panghegar tahun 2013.....	58



## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1.1	Daftar kompetitor Hotel Grand Royal Panghegar .....3
1.2	Komposisi sumber penghasilan Hotel .....15
2.1	Penelitian terdahulu .....20
3.1	<i>Room Type</i> Hotel Grand Royal Panghegar .....43
3.2	Pendistribusian sampel menurut tingkat hunian kamar ( <i>occupancy</i> ) .....59
3.3	Operasional variabel .....60
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....73
4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia .....74
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....75
4.4	Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering menginap di Hotel Grand Royal Panghegar .....76
4.5	Skala penelitian jawaban responden untuk masing-masing item pertanyaan .....78
4.6	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi .....79
4.7	Saya merasa puas menginap/beristirahat di Hotel Grand Royal Panghegar .....82

4.8	Saya merasa puas terhadap fasilitas yang diberikan Hotel Grand Royal Panghegar .....	84
4.9	Saya merasa puas terhadap kebersihan di Hotel Grand Royal Panghegar .....	86
4.10	Saya merasa fasilitas yang ditawarkan Hotel Grand Royal Panghegar melampaui harapan yang diharapkan .....	88
4.11	Saya Merasa Puas terhadap kemampuan, ketepatan, keramahan layanan karyawan Hotel Grand Royal Panghegar .....	90
4.12	Saya Merasa Hotel Grand Royal Panghegar populer dibandingkan horel berbintang lainnya .....	92
4.13	Saya mengetahui Hotel Grand Royal Panghegar melalui media promosi, iklan di media cetak, elektronik, dan media sosial .....	94
4.14	Saya merasa mudah mencari informasi tentang Hotel Grand Royal Panghegar	96
4.15	Saya mengetahui <i>tagline</i> Hotel Grand Royal Panghegar “ <i>feel the Sundanese touch</i> ” .....	97
4.16	Saya Tertarik menginap di Hotel Grand Royal Panghegar karena konsep budaya sunda yang ditawarkan .....	98
4.17	Rekapitulasi pada variabel citra yang berlaku ( <i>current image</i> ) .....	100
4.18	Saya merasa lokasi Hotel Grand Royal Panghegar strategis dan aksesnya mudah .....	105

4.19	Saya merasa puas terhadap penampilan eksterior dan interior kamar Hotel Grand Royal Panghegar .....	106
4.20	Saya merasa puas terhadap harga yang ditawarkan Hotel Grand Royal Panghegar .....	107
4.21	Saya merasa puas terhadap pelayanan kamar yang diberikan Hotel Grand Royal Panghegar .....	109
4.22	Saya merasa puas terhadap kebersihan kamar Hotel Grand Royal Panghegar.	111
4.23	Saya akan merekomendasikan Hotel Grand Royal Panghegar kepada teman dan kerabat .....	112
4.24	Produk saya akan kembali menginap di hotel Hotel Grand Royal Panghegar.	113
4.25	Rekapitulasi pada variabel tingkat hunian kamra ( <i>occupancy</i> ) .....	114
4.26	Tabel uji validitas <i>current image</i> .....	117
4.27	Tabel uji validitas tingkat hunian kamar .....	118
4.28	Tabel validitas statistik variabel <i>current image</i> .....	118
4.29	Tabel validitas statistik variabel <i>occupancy</i> .....	119
4.30	Nilai realibilitas .....	121
4.31	<i>Reability statistics current image</i> .....	121



4.32	<i>Reability statistics occupancy</i> .....	121
4.33	Hubungan antara keunggulan asosiasi merek terhadap tingkat hunian kamar .	122
4.34	Hubungan antara kekuatan asosiasi merek terhadap tingkat hunian kamar .....	125
4.35	Hubungan antara keunikan asosiasi merek terhadap tingkat hunian kamar .....	127
4.36	Hubungan antara citra yang berlaku ( <i>current image</i> ) dengan tingkat hunian kamar ( <i>occupancy</i> ) .....	129
4.37	Tabel korelasi .....	132



**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Angket/kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Buku Kode (*coding book*)
- Lampiran 3. Lembaran Kode (*coding sheet*)
- Lampiran 4. Perhitungan Statistik
- Lampiran 5. Dokumentasi Penulis saat Melakukan Penelitian
- Lampiran 6. Struktur Organisasi Hotel Grand Royal Panghegar
- Lampiran 7. Struktur Departmen *Sales and Marketing*
- Lampiran 8. Letak Hotel Grand Royal Panghegar
- Lampiran 9. Okupansi Hotel Grand Royal Panghegar
- Lampiran 10. Surat Bukti Penelitian
- Lampiran 11. Riwayat Hidup Penulis