

DAFTAR ISI

<i>Sertifikasi</i>	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTO	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Teori <i>Fairness Heuristic</i>	16
2.1.2 Cognitive <i>Appraisal Theory (CAT)</i>	18
2.2 Literature View.....	19
2.2.1 <i>Perceived Control</i>	19
2.2.2 <i>Trust</i>	20
2.2.3 <i>Perceived Fairness</i>	21
2.2.4 <i>Satisfaction</i>	22
2.2.5 <i>Emotional Brand Attachment</i>	23
2.2.6 <i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 <i>Perceived Control dan Trust</i>	26
2.3.2 <i>Perceived Fairness dan Trust</i>	27
2.3.3 <i>Trust dan Satisfaction</i>	28
2.3.4 <i>Satisfaction dan Emotional Brand Attachment</i>	29

2.3.5	<i>Emotional Brand Attachment dan Willingness to Pay Premium Price</i>	30
2.4	Kerangka Penelitian	31
2.5	Definisi Operasional Variabel.....	33
2.5.1	<i>Perceived Control</i>	34
2.5.2	<i>Perceived Fairness</i>	35
2.5.3	<i>Trust</i>	36
2.5.4	<i>Satisfaction</i>	37
2.5.5	<i>Emotional Brand Attachment</i>	39
2.5.6	<i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	40
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3	Populasi dan Teknik Pengambilan sampel.....	42
3.4	Uji Validitas dan Reabilitas	44
3.4.1	Uji Validitas	44
3.4.2	Uji reliabilitas.....	45
3.5	Metode Analisis	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1	Karakteristik Responden Penelitian	56
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian	57
4.2.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Control</i>	58
4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Fairness</i>	59
4.2.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Trust</i>	60
4.2.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	61
4.2.5	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Emotional Brand Attachment</i> .	61
4.2.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	62
4.3	Analisis Struktural Equation Model (SEM).....	63
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA).....	64
4.3.2	Uji Normalitas Data	71
4.3.3	Multivariate Outliers	74

4.3.4	Uji Validitas	77
4.3.5	Uji Reliabilitas	79
4.3.6	Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	81
4.3.7	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	86
4.4	Pengujian Hipotesis	87
4.5	Analisis Pengaruh	90
4.5.1	Efek Langsung (<i>Direct Effect</i>)	90
4.5.2	Efek Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	91
4.6	Pembahasan.....	92
4.6.1	Pengaruh Perceived Control terhadap Trust	92
4.6.2	Pengaruh Perceived <i>Fairness</i> terhadap <i>Trust</i>	92
4.6.3	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	93
4.6.4	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Emotional Brand Attachment</i>	93
4.6.5	Pengaruh <i>Emotional Brand Attachment</i> terhadap <i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	94
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Kesimpulan Hasil Penelitian.....	96
5.2.1	Kesimpulan Hipotesis 1	96
5.2.2	Kesimpulan Hipotesis 2	97
5.2.3	Kesimpulan Hipotesis 3	97
5.2.4	Kesimpulan Hipotesis 4	98
5.2.5	Kesimpulan Hipotesis 5	99
5.3	Implikasi penelitian.....	99
5.4	Keterbatasan penelitian.....	101
5.5	Agenda penelitian mendatang.....	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN.....		107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Hasil Angka Indeks Perceived Control	58
Tabel 4. 4 Hasil Angka Indeks Perceived Fairness	59
Tabel 4. 5 Hasil Angka Indeks Trust.....	60
Tabel 4. 6 Hasil Angka Indeks Satisfaction	61
Tabel 4. 7 Hasil Angka Indeks Emotional Brand Attachment.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Angka Indeks Willingness to Pay a Premium Price	63
Tabel 4. 9 Hasil uji kecocokan Diagram Path Variabel Eksogen	65
Tabel 4. 10 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	66
Tabel 4. 11 Uji kecocokan Diagram Path Variabel Endogen.....	67
Tabel 4. 12 Analisis faktor konfirmatori konstruk endogen	68
Tabel 4. 13 Uji Kecocokan Full Model Structural Equation Modeling	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Outlier	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 17 Hasil uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Goodnes of Fit	82
Tabel 4. 19 Hasil GFI.....	83
Tabel 4. 20 Hasil AGFI.....	83
Tabel 4. 21 Hasil TLI	84
Tabel 4. 22 Hasil CFI	84
Tabel 4. 23 Hasil CMIN/DF.....	85
Tabel 4. 24 Hasil RMSEA.....	86
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis	87
Tabel 4. 26 Hasil Direct Effect.....	90
Tabel 4. 27 Hasil Indirect Effect	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pertumbuhan Hotel Bintang di Indonesia tahun 2020-2022	1
Gambar 1. 2	Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang Menurut Klasifikasi Hotel di Jakarta.....	3
Gambar 1. 3	Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di Jakarta	3
Gambar 1. 4	Proporsi Tamu Menginap pada Hotel Bintang di Jakarta menurut Jenis Tamu dan klasifikasi hotel.....	4
Gambar 1. 5	Data Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang di Indonesia, 2022- 2023	5
Gambar 1. 6	Data Banyaknya Tamu Menginap pada Hotel Bintang di Indonesia, 2022-2023	6
Gambar 1. 7	Jumlah Tamu Asing dan Domestik Hotel Bintang di DKI Jakarta, 2022-2023	6
Gambar 2.1	Model Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 2.2	Indikator <i>Perceived Control</i>	34
Gambar 2.3	Indikator <i>Perceived Fairness</i>	36
Gambar 2.4	Indikator <i>Trust</i>	37
Gambar 2.5	Indikator <i>Satisfaction</i>	38
Gambar 2.6	Indikator <i>Emotional Brand Attachment</i>	39
Gambar 2.7	Indikator <i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	40
Gambar 3. 1	Skala Semantik Differensial.....	45
Gambar 3. 2	Diagram Alur Model	47
Gambar 4. 1	Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	64
Gambar 4. 2	Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	67
Gambar 4. 3	Full model Structural Equation Modelin.....	70
Gambar 4. 4	Interpretasi dan Modifikasi Model	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 107

