

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3 Experiential Marketing	17
2.1.4 Kualitas Layanan	19
2.1.4.1 Dimensi Kualitas Layanan	19
2.2 Hubungan Variabel Independen dan Dependen	21
2.2.1 Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan pelanggan	21

2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
2.5 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1 Variabel Penelitian	27
3.1.2 Definisi Operasional	28
3.1.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.2.3 Metode Penentuan Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3.1 Data Primer	36
3.3.2 Data Sekunder	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Uji Instrumen Data.....	38
3.5.1 Uji Validitas	38
3.5.2 Uji Reliabilitas	39
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.2.1 Uji Normalitas	39
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.5.2.3 Uji Multikolinieritas	41
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.5.4 Pengujian Hipotesis (Uji Goodness of Fit)	42
3.5.4.1 Uji Parsial (Uji statistik t)	43
3.5.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji statistic F)	43

3.5.4.3 Uji Determenasi (R2)	44
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Hotel Dirgantara	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden	46
4.2 Identitas Responden	46
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Responden Berdasarkan Asal Kota Pelanggan	49
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia Pelanggan	50
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Pelanggan	51
4.2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Hari	52
4.2.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap	53
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
4.3.1.1 Uji Validitas	54
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.2.1 Uji Normalitas	55
4.3.2.2 Uji Heteroskedastitas	60
4.3.2.3 Uji Multikolinieritas	62
4.3.3 Analisis Linier Berganda	63
4.3.4 Pengujian Hipotesis	65
4.3.4.1 Uji Parsial (uji statistik t)	65
4.3.4.2 Uji Kelayakan Model (uji statistik F)	67
4.3.4.3 Uji Determenasi (R2)	67
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.3.5.1 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan	70
4.3.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	71

4.3.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	71
BAB V KESIMPULAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Implikasi Manajerial	75
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82