

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian	19

1.4 Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	21
2.1 <i>Experiential Marketing</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	37
3.2 Sumber Data.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Wawancara	40
3.3.2 Instrumen Wawancara.....	46
3.3.3 Protokol Wawancara	49
3.4 Metode Pengolahan Data	54
3.4.1 Reduksi Data	55
3.4.2 Penyajian Data	55
3.4.3 Penarikan Kesimpulan	56
3.5 Kriteria Evaluatif.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Informan Penelitian	59
4.1.2 Jenis Kelamin Informan	59

4.1.2 Pengeluaran Tiap Bulan Informan	60
4.1.3 Usia Informan	61
4.1.4 Intensitas Kunjungan Informan.....	62
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 <i>Sense</i>	63
4.2.1.1 Suasana.....	64
4.2.1.2 Musik/Lagu	67
4.2.1.3 Aromaterapi/Parfum.....	69
4.2.1.4 Rasa Makanan dan Minuman.....	71
4.2.2 <i>Feel</i>	73
4.2.2.1 Bahan Higienis	74
4.2.2.2 Pelayanan Karyawan.....	76
4.2.2.3 Sedih Bila Tidak Mendapatkan Pelayanan yang Memuaskan	78
4.2.2.4 Membuat Suasana Hati Menjadi Baik.....	80
4.2.3 <i>Think</i>	83
4.2.3.1 <i>Feedback atas Keluhan dan Aduan</i>	83
4.2.3.2 Pengganti Menu Baru atas <i>Complaint</i>	85
4.2.3.3 Fasilitas yang Memadai.....	87
4.2.4 <i>Act</i>	90
4.2.4.1 Kunjungan atas Iklan Promosi/Diskon	90

4.2.4.2 Identik dengan Gaya Hidup Anak Muda.....	92
4.2.4.3 Informasi Mengenai Produk.....	95
4.2.4.4 Informasi Mengenai Fasilitas.....	97
4.2.4.5 Kedekatan dengan Karyawan.....	98
4.2.4.6 Peningkatan Kepercayaan Diri serta Status Sosial.....	100
4.2.5 <i>Relate</i>	102
4.2.5.1 Fasilitas Sesuai Harapan	103
4.2.5.2 Pelayanan Karyawan Sesuai Harapan.....	105
4.2.5.3 Komunitas Pelanggan	107
4.2.5.4 Pembinaan Komunitas Pelanggan.....	109
4.3 Pembahasan.....	111
4.3.1 <i>Experiential Marketing</i> Mahasiswa Universitas Diponegoro di Burjo 28	
.....	111
4.3.1.1 <i>Sense</i>	111
4.3.1.2 <i>Feel</i>	121
4.3.1.3 <i>Think</i>	130
4.3.1.4 <i>Act</i>	133
4.3.1.5 <i>Relate</i>	145
4.4 Keunikan Penelitian	148
4.4.1 <i>Consumer Experience</i>	148

4.4.2 <i>Complaint Handling</i>	151
4.5 Implikasi Teoritis Berdasarkan Temuan Penelitian Terdahulu.....	155
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	160
5.2 Implikasi Teoritis.....	163
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	166
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN	182



FEB UNDIP