

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Experiential Marketing.....	19
2.1.2 Kualitas Layanan.....	23
2.1.3 Kepuasan Pengunjung.....	26
2.1.4 Minat Kunjung Ulang	28
2.2 Hubungan Antar Variabel	29
2.2.1 Hubungan antara <i>Experiential Marketing</i> dengan Kepuasan Pengunjung	29

2.2.2	Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pengunjung	30
2.2.3	Hubungan antara Kepuasan Pengunjung dengan Minat Kunjung Ulang	32
2.2.4	Hubungan antara <i>Experiential Marketing</i> dengan Minat Kunjung Ulang	33
2.2.5	Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Minat Kunjung Ulang	34
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.4	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1	Variabel Penelitian	37
3.1.2	Definisi Operasional	38
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	40
3.2.1	Populasi	40
3.2.2	Sampel	40
3.3	Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1	Data Primer	41
3.3.2	Data Sekunder	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1	Kuesioner	42
3.4.2	Studi Kepustakaan	44
3.5	Metode Analisis Data	44
3.5.1	Analisis Kuantitatif	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.2	Gambaran Umum Responden	51
4.2	Analisis Data	54
4.2.1	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	54

4.2.2	Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> (SEM).....	59
4.2.3	Asumsi SEM	63
4.2.4	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	70
4.2.5	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	71
4.2.6	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	75
4.3	Interpretasi Hasil	76
4.3.1	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pengunjung 76	
4.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.....	77
4.3.3	Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Minat Kunjung Ulang..	79
4.3.4	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Minat Kunjung Ulang	80
4.3.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang	80
BAB V PENUTUP.....		82
5.1	Simpulan.....	82
5.2	Implikasi Manajerial.....	84
5.3	Keterbatasan Penelitian	87
5.4	Saran Penelitian Mendatang	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		94