

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian.....	19
1.5 Sistematikan Penulisan.....	20
BAB II.....	22
TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.2 Perilaku Konsumen	23
2.1.4 <i>Experiental Marketing</i>	27
2.1.5 Kepuasan	30
2.1.6 Minat Berkunjung Ulang.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	40

2.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.....	40
2.3.2	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pengunjung.	41
2.3.3	Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Minat Berkunjung Ulang	42
2.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Ulang.....	43
2.3.5	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Minat Berkunjung Ulang	44
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
2.5	Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III		47
METODOLOGI PENELITIAN.....		47
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1	Variabel Penelitian.....	47
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.2	Populasi dan Sampel	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Jenis dan Sumber Data	52
3.3.1	Data Primer	52
3.3.2	Data Sekunder	52
3.4	Metode Pengumpulan Data	53
3.4.1	Studi Pustaka.....	53
3.4.2	Kuesioner	53
3.5	Metode Analisis Data	54
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	54
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.5.3	<i>Path Analysis</i>	57
3.5.4	Uji Hipotesis	57
BAB IV		60
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	60

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.2	Gambaran Umum Responden	60
4.2	Analisis Data	64
4.2.1	Uji Kualitas Data.....	64
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3	Pembahasan	85
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.....	85
4.3.2	Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap Kepuasan Pengunjung	86
4.3.3	Pengaruh Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Ulang	86
4.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Ulang	87
4.3.5	Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap Minat Berkunjung Ulang	88
BAB V.....		89
PENUTUP.....		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Implikasi Teoritis	89
5.3	Implikasi Manajerial	92
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.5	Saran Penelitian Mendatang.....	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		98