DAFTAR ISI

		Hal
LEMBAR PENGESAHAN	.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	.....	ii
MOTTO	.....	iii
ABSTRAK	.....	iv
ABSTRACT	.....	v
KATA PENGANTAR	.....	vi
DAFTAR ISI	.....	ix
DAFTAR TABEL	.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	.....	xx
BAB I PENDAHULUAN		
1.1. Latar Belakang	.....	1
1.2. Identifkasi dan Rumusan Masalah	.....	8
1.2.1. Identifikasi masalah	.....	8
1.2.2. Rumusan Masalah	.....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	.....	9
1.3.1. Maksud Penelitian	.....	9
1.3.2. Tujuan Penelitian	.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian	.....	10
1.4.1. Kegunaan Praktis	.....	10
1.4.1.1. Bagi Perusahaan	.....	10
1.4.1.2. Bagi Pihak Lain	.....	10
1.4.2. Kegunaan Akademis	.....	10
1.4.2.1. Pengembangan Ilmu	.....	10
1.4.2.2. Bagi Penulis	.....	10
1.4.2.3. Bagi Peneliti Lain	.....	10
1.5. Lokasi Dan Waktu Penelitian	.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka..... 12
2.1.1. Pergeseran Paradigma Pemasaran..... 12
2.1.1.1. *Traditional Marketing*..... 14
2.1.1.2. *Experiential Marketing*..... 16
2.1.1.2.1. Strategi *Experiential Marketing*..... 21
2.1.1.2.2. *Experiential Provider*..... 27
2.1.2. Kepuasan Pelanggan..... 30
2.1.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan..... 31
2.1.2.2. Ciri ciri Pelanggan Puas & Tidak Puas..... 32
2.1.2.3. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan..... 33
2.1.3. Loyalitas pelanggan..... 34
2.1.3.1. Pengertian Loyalitas..... 34
2.1.3.2. Karakteristik Loyalitas..... 36
2.1.3.3. Tahap Pertumbuhan Loyalitas..... 41
2.1.3.4. Mengukur Loyalitas..... 44
2.1.4. Hubungan *Experiential Marketing* dengan Loyalitas Pelanggan..... 45
2.1.4.1. Penelitian terdahulu..... 48
2.2. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis..... 50
2.2.1. Kerangka Pemikiran..... 50
2.2.2. Hipotesis..... 57

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian..... 58
3.2. Metode Penelitian..... 58
3.2.1. Desain Penelitian..... 60
3.2.2. Operasional Variabel Penelitian..... 63
3.2.3. Metode Penarikan Sampel..... 65
3.2.3.1. Populasi..... 65
3.2.3.2. Sampel..... 66

3.2.4. Jenis Dan Metode Pengumpulan Data..... 68
3.2.4.1. Jenis data..... 69
3.2.4.2. Metode Pengumpulan Data..... 69
3.2.5. Metode Analisis Dan Perancangan Hipotesis..... 70
3.2.5.1. Metode Analisis..... 70
3.2.5.1.1. Uji Kualitas Data..... 72
3.2.5.1.1.1.Uji Validitas..... 72
3.2.5.1.1.2.Uji Reabilitas..... 74
3.2.5.1.2. Analisis Deskriptif..... 77
3.2.5.1.2.1. Analisis Kepuasan Pelanggan (*Important Performance Analisis*). 78
3.2.5.1.3. Analisis Verifikatif..... 82
3.2.5.1.3.1. Analisis Regresi Linier Sederhana..... 82
3.2.5.1.3.2. Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method (Pearson)*..... 83
3.2.5.1.3.3. Analisis Koefisien Determinasi 84
3.2.5.2. Perancangan Hipotesis..... 85

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian..... 88
4.1.1. Sejarah *Resort* Kampoeng Legok..... 88
4.1.2. Struktur Organisasi Resort kampoeng Legok..... 89
4.1.3. Deskripsi Jabatan Resort kampoeng Legok..... 90
4.1.4. Aspek Perusahaan..... 102
4.2. Pembahasan..... 104
4.2.1. Identitas Responden..... 104
4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai *Experiential Marketing* Pada Resort Kampoeng Legok Lembang..... 109
4.2.3. Harapan Responden Mengenai Kinerja *Experiential Marketing* Pada Resort Kampoeng Legok Lembang..... 132

4.2.4. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Resort Kmpoeng Legok Lembang..... 143
4.2.5. *Important Performance Analisis* (IPA)..... 150
4.2.6. Dampak Pelaksanaan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Resort kampoeng legok..... 161
4.2.6.1. Analisis Regresi Linier Sederhana..... 161
4.2.6.2. Analisis Koefisien Product Moment Method (Pearson)..... 164
4.2.6.3. Analisis Koefisien Determinasi..... 167
4.2.6.4. Uji Hipotesis..... 168

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 172
5.2. Saran..... 173

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP