

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Masalah.....	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	10
1. 3 Tujuan Penelitian.....	12
1. 4 Kegunaan Penelitian.....	12
1. 5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Theory of Reasoned Action	15
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	15
2.1.3 Karakteristik Pemasaran Jasa.....	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.5 Keputusan Pembelian Ulang.....	18
2.1.6 Experiential Marketing	20
2.1.7 Kualitas Pelayanan.....	23
2.1.8 Fasilitas	25
2.1.9 Penelitian Terdahulu	27
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.2.1 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	30
2.2.2 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	31

2.2.3 Hubungan Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.4 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Menginap Kembali	33
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Kuesioner	41
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Uji Validitas	42
3.5.2 Uji Reabilitas.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4. 1 Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.2. Visi dan Misi	51
4.1.3. Struktur Organisasi	52
4.1.4. Gambaran Umum Responden Penelitian	52
4. 2 Analisa Data	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.1.1 Uji Validitas Konstruksi	56
4.2.1.2 Uji Validitas dengan Uji Convergent Validitas	58
4.2.1.3 Uji Validitas dengan Uji Average Variance Extracted (AVE)	59
4.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.2.2.1 Uji Reliabilitas dengan Uji Construct Reliability	62
4.2.3 Uji Non Multikolinearitas dengan Determinant of Sample Covariance Matrix	65
4.2.4 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) Variabel Eksogen.....	67
4.2.5 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) Variabel Endogen	71

4.2.6 Analisis Full Structural Equation Modeling (SEM).....	73
4. 3 Uji Hipotesis	76
4.3.1 Uji Pengaruh Langsung (Direct)	79
4.3.2 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect)	80
4. 4 Interpretasi Hasil.....	80
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi Manajerial.....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian	90
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92

