

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kerangka Teori.....	11
2.1.1 Kepuasan Wisatawan.....	11
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Wisatawan	11
2.1.1.2 Mengukur Kepuasan Wisatawan.....	12
2.1.1.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan	13
2.1.1.4 Manfaat Pemberian Kepuasan Wisatawan	13

2.1.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan	16
2.1.1.6 Indikator Kepuasan Wisatawan.....	17
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Eperiential Marketing</i>	18
2.1.2.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	20
2.1.2.3 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	20
2.1.3 Fasilitas.....	21
2.1.3.1 Pengertian Fasilitas.....	21
2.1.3.2 Indikator Fasilitas	23
2.2 Penelitian Yang Relevan	24
2.3 Kerangka Berpikir	27
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Lokasi Penelitian	30
3.2 Populasi dan sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	31
3.3.1 Variabel Penelitian	31
3.3.2 Definisi Operasional.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	34

3.5.1 Uji Validitas	34
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6 Uji Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.1.1 Uji Normalitas	37
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas	38
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	38
3.6.2 Analisis Regresi Berganda	39
3.6.3 Koefisien Determinan (R^2).....	40
3.6.4 Uji Hipotesis.....	40
3.6.4.1 Uji t (Parsial)	40
3.6.4.2 Uji f (Simultan)	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Profil Taman The Le Hu Garden.....	42
4.1.2 Sistem Kerja Taman The Le Hu GardeN	44
4.1.3 Visi dan Misi Taman The Le Hu Garden	46
4.2 Deskripsi Responden Penelitian	46
4.2.1 Identifikasi Responden	46
4.2.2 Deskripsi Variabel Responde	47
4.2.2.1 Variabel Kepuasan Wisatawan.....	48
4.2.2.2 Variabel Experiential Marketing	49

4.2.2.3 Variabel Fasilitas	50
4.3 Uji Instrument Penelitian.....	51
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.3.1.1 Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X1)	51
4.3.1.2 Variabel Fasilitas (X2)	52
4.3.1.3 Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)	54
4.4 Tranformasi Skala Data Ordinal Menjadi Data Interval	55
4.5 Analisi Data Penelitian	55
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	55
4.5.1.1 Uji Normalitas Data.....	55
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas	57
4.5.1.3 Uji Heterokedastitas	59
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.7 Uji Hipotetis	62
4.7.1 Pengujian Hipotetis Secara Parsial Menggunakan Uji t.....	62
4.7.2 Pengujian Hipotetis Secara Simultan Menggunakan Uji F	63
4.8 Koefisien Determinasi (R Square).....	64
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.9.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	65
4.9.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	66
4.9.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72



THE
Character Building
UNIVERSITY