

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian	10
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Pengertian <i>Emotional Marketing</i>	12
2.1.1.1 Konsep <i>Emotional Marketing</i>	15
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	19
2.1.2.1 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	20
2.1.2.2 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	22
2.1.2.3 <i>Strategic Experiential Marketing</i>	23

2.1.2.4 <i>Strategic Experiential Providers</i>	26
2.1.3 Pengertian Kepuasan Konsumen	27
2.1.3.1 Faktor – Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan	28
2.1.3.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	30
2.1.4 Hubungan <i>Emotional Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	31
2.1.4.1 Hubungan <i>Emotional Marketing</i> dengan Kepuasan Konsumen	31
2.1.4.2 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> dengan Kepuasan Konsumen	33
2.1.5 Penelitian Terdahulu	34
2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.3 Hipotesis	41

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	42
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
3.1.2 Visi	43
3.1.3 Misi	43
3.1.4 Tiga Pilar Utama Rumah Makan Cibiuk	44
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	45
3.2 Metode Penelitian	45
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	46
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.2.1 Jenis Data dan Sumber Data	48
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	49
3.2.2.3 Penentuan Sampel	49
3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data	51
3.2.2.5 Instrumen Pengumpulan Data	51

3.2.2.6 Uji Instrumen Pengumpulan Data	52
3.3 Model/Paradigma Penelitian	53
3.4 Teknik Analisis Data.....	54
3.4.1 Analisis Terhadap Kuesioner	54
3.4.2 Metode <i>Sucessive Interval</i> (MSI).....	56
3.4.3 Analisis Jalur (<i>Path</i>).....	56
3.4.4 Pengujian Hipotesis	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 <i>Emotional Marketing</i> di Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya	61
4.1.2 <i>Experiential Marketing</i> di Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya	67
4.1.3 Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya.....	73
4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Pengaruh Secara Simultan Maupun Parsial <i>Emotional Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya	77
4.2.2 Uji Hipotesis	
4.2.2.1 Pengaruh Secara Simultan <i>Emotional Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya.....	79
4.2.2.2 Pengaruh Secara Parsial <i>Emotional Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya	80

4.2.2.3 Pengaruh Secara Parsial <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya.....	81
---	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA	86
-----------------------------	-----------