

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Candi Gedongsongo.....	1
1.1.2 Letak Wilayah Candi Gedongsongo.....	3
1.1.3 Sejarah Candi Gedongsongo.....	4
1.1.4 Fasilitas Pendukung di Kawasan Candi Gedongsongo.....	4
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	22
1.4. Tujuan Penelitian.....	23
1.5. Manfaat Penelitian.....	23
1.5.1 Manfaat Praktis.....	23
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	23
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Kajian Teori.....	25
2.1.1 Definisi Teori.....	25
2.1.2 Grand Teori, Middle Teori dan Applied Teori.....	25
2.1.3 Definisi Manajemen.....	26
2.1.4 Pemasaran.....	26

2.1.5	Pariwisata.....	27
2.1.6	Perilaku Konsumen.....	28
2.1.7	<i>Relationship Marketing</i>	32
2.1.8	<i>Experiental Marketing</i>	33
2.1.9	Kepuasan Pengunjung.....	35
2.1.10	Loyalitas.....	37
2.1.11	Hubungan Antar Variabel.....	40
2.2	Penelitian Terdahulu.....	42
2.3	Kerangka Pemikiran.....	53
2.4	Hipotesis Penelitian.....	53
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	54

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	55
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	56
3.2.1	Variabel Operasional.....	56
3.2.2	Skala Pengukuran.....	58
3.2.3	Tahapan Penelitian.....	60
3.3	Populasi dan Sampel.....	60
3.3.1	Populasi.....	60
3.3.2	Sampel.....	61
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.4.1	Sumber Data.....	65
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.5	Analisis Deskriptif.....	67
3.6	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	69
3.7	Model Analisis Data.....	70
3.7.1	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	70
3.7.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	70
3.7.3	SEM dengan PLS.....	70
3.7.4	Struktur Model Penelitian.....	71
3.7.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
3.7.6	Model Analisis Persamaan Struktural.....	76
3.7.7	Uji Hipotesis.....	76

3.7.8	Alasan Penggunaan Metode Penelitian.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		80
4.1	Pengumpulan Data.....	80
4.2	Karakteristik Responden.....	80
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	83
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	84
4.3	Analisis Deskriptif.....	84
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiental Marketing</i>	85
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengunjung.....	90
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pengunjung.....	94
4.4	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	97
4.4.1	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	98
4.4.2	<i>Fornell Larcker Criterion</i>	102
4.4.3	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio of Construct</i>	103
4.4.4	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	105
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		117
5.1	Kesimpulan.....	117
5.2	Saran.....	118
5.2.1	Bagi Pengelola.....	118
5.2.2	Bagi Akademisi.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....		122
LAMPIRAN.....		126