

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian	9
1.3.1 Tujuan penelitian.....	10
1.3.2 kegunaan penelitian.....	11
BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.1.1 Pemasaran Tradisional	13
2.1.1.2 Pemasaran Konvensional	15
2.1.1.3 Pemasaran Modern.....	17
2.1.1.4 Pemasaran Pengalaman.....	18
2.1.2 <i>Customer Experience</i>	23
2.1.2.1 Definisi <i>Customer Experience</i>	24

2.1.2.2 Tahapan Pembentukan <i>Experience</i> Konsumen.....	25
2.1.2.3 Dimensi <i>Customer Experience</i>	28
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	30
2.1.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	31
2.1.3.2 Konsep Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	34
2.1.3.3 Dimensi Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) Menggunakan Metode AIO dan <i>Demographics</i>	36
2.1.4 Keputusan Pembelian	39
2.1.4.1 Proses Keputusan Pembelian	40
2.1.4.2 Keputusan Pembelian	45
2.2 Kerangka pemikiran	47
2.3 Paradigma Penelitian.....	58
2.4 Hipotesis penelitian.....	59

BAB III Objek dan Hasil Penelitian

3.1 Subjek penelitian.....	60
3.2 Metode penelitian.....	60
3.2.1 Desain dan jenis penelitian	60
3.2.2 Operasional variabel	62
3.3 Jenis dan Sumber Data	74
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	75
3.4.1 Populasi	75
3.4.2 Sampel	76
3.4.3 Teknik Sampling.....	79
3.5 Teknik dan alat pengumpulan data	79
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
3.5.1.1 Uji Validitas	80
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	86

3.6	Teknik analisis data.....	88
3.6.1	Analisis deskriptif.....	88
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda	89
3.6.2.1	Uji Hipotesis.....	89
BAB IV Pembahasan dan Hasil Penelitian		
4.1	Profil Bioskop BlitzMegaplex	92
4.1.1	Sejarah dan Gambaran Bioskop BlitzMegaplex.....	92
4.1.2	Profil Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung.....	93
4.1.3	Visi dan Misi Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	94
4.1.4	Manajemen BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	94
4.1.5	Unit Bisnis Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	95
4.1.6	Keunikan Bioskop BlitzMegaplex	95
4.1.7	Jadwal Tayang Film di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	98
4.2	Karakteristik Penonton yang menonton di Bioskop BlitzMegaplex.....	99
4.2.1	Keterkaitan antara karakteristik penonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung.....	99
4.2.1.1	Keterkaitan antara jenis kelamin penonton dan usia penonton.....	99
4.2.1.2	Keterkaitan antara jenis kelamin penonton dan pekerjaan penonton.....	100
4.2.1.3	Keterkaitan antara jenis kelamin penonton berdasarkan penghasilan dan uang saku.....	101
4.3	Tanggapan responden terhadap variabel <i>customer experience</i> dan dimensi <i>customer experience</i>	102
4.3.1	Analisis <i>Customer Experience</i>	102
4.3.2	Pelaksanaan dimensi – dimensi <i>Customer Experience</i>	103
4.3.2.1	<i>Accesibility</i>	103

4.3.2.2	<i>Competence</i>	104
4.3.2.3	<i>Customer Recognition</i>	106
4.3.2.4	<i>Helpfulness</i>	107
4.3.2.5	<i>Personalization</i>	108
4.3.2.6	<i>Problem Solving</i>	110
4.3.2.7	<i>Promise Fulfillment</i>	111
4.3.2.8	<i>Value for time</i>	112
4.3.2.9	Rekapitulasi Indikator <i>Customer Experience</i>	113
4.4	Tanggapan responden terhadap variabel model gaya hidup (<i>lifestyle</i>) dan dimensi-dimensi model gaya hidup (<i>lifestyle</i>).....	115
4.4.1	Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	115
4.4.2	Pelaksanaan dimensi-dimensi model gaya hidup (<i>lifestyle</i>)	116
4.4.2.1	<i>Activities</i>	116
4.4.2.2	<i>Interests</i>	117
4.4.2.3	<i>Opinions</i>	119
4.4.2.4	<i>Demographic</i>	120
4.4.2.5	Rekapitulasi Indikator Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	122
4.5	Tanggapan responden terhadap variabel keputusan menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	123
4.5.1	Keputusan menonton	123
4.5.2	Pelaksanaan dimensi-dimensi keputusan menonton.....	123
4.5.2.1	Pilihan produk	123
4.5.2.2	Pilihan Merk.....	125
4.5.2.3	Pilihan Dealer	126
4.5.2.4	Jumlah Pembelian	127
4.5.2.5	Waktu Pembelian	129
4.5.2.6	Metode Pembayaran.....	130
4.5.2.7	Rekapitulasi indikator keputusan menonton	131

4.6	Pengujian hipotesis dan analisis data	133
4.6.1	Analisis <i>Customer Experience</i> dan Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	133
4.6.2	Pengujian Hipotesis Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	135
4.6.3	Pengujian Hipotesis Pengaruh Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	136
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	138
 BAB V Kesimpulan dan Rekomendasi		
5.1	Kesimpulan	141
5.2	Rekomendasi	142

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Hal
1.1	Daftar Jumlah Penonton Bioskop BlitzMegaplex PVJ Bandung	1
1.2	Daftar Bioskop Besar di Indonesia	4
1.3	Daftar Bioskop di Kota Bandung	4
1.4	Daftar Harga Tiket Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	8
1.5	Daftar Harga Tiket Jaringan 21cinplex Kota Bandung	8
2.1	Defenisi <i>Customer Experience</i> Menurut Beberapa Ahli	24
2.2	Dimensi <i>Customer Experience</i> Menurut Beberapa Ahli	28
2.3	Definisi <i>Lifestyle</i>	34
2.4	Dimensi - dimensi <i>Lifestyle</i>	39
3.1	Operasionalisasi Variabel	62
3.2	Jenis dan Sumber Data	75
3.3	Penyebaran Sample Proposional	78
3.4	Koefisien Korelasi	81
3.5	Hasil Pengujian Validitas Analisis <i>Customer Experience</i>	81
3.6	Hasil Pengujian Validitas Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	83
3.7	Hasil Pengujian Validitas Keputusan Menonton	85
3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	87
3.9	Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	87
4.1	Jadwal Tayang Film di Bioskop BlitzMegaplex PVJ Bandung	98
4.2	Keterkaitan antara penghasilan dan uang saku	100
4.3	Keterkaitan antara jenis kelamin dan pekerjaan	101
4.4	Keterkaitan antara jenis kelamin dan penghasilan	101
4.5	<i>Accessibility</i>	103
4.6	<i>Competence</i>	104
4.7	<i>Customer Recognition</i>	106
4.8	<i>Helpfulness</i>	107
4.9	<i>Personalization</i>	109
4.10	<i>Problem Solving</i>	110
4.11	<i>Promise Fulfillment</i>	111
4.12	<i>Value for Time</i>	113

4.13	Rekapitulasi Indikator <i>Customer Experience</i>	114
4.14	<i>Activities</i>	116
4.15	<i>Interests</i>	118
4.16	<i>Opinions</i>	119
4.17	<i>Demographics</i>	120
4.18	Rekapitulasi Indikator Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	122
4.19	Pilihan Produk	124
4.20	Pilihan Merk	125
4.21	Pilihan Dealer	126
4.22	Jumlah Pembelian	128
4.23	Waktu Pembelian	129
4.24	Metode Pembayaran	130
4.25	Rekapitulasi Indikator Keputusan Pembelian	131
4.26	Statistik Deskriptif Perhitungan Rata-rata dan Standar Deviasi <i>Customer Experience</i> (X1) dan Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>) (X2) terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	133
4.27	Matriks Korelasi antara Analisis <i>Customer Experience</i> (X1) dan Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) (X2) terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	134
4.28	Model Summary	134
4.29	Standar Koefisiensi t hitung dan Tingkat Signifikasnsi antara Analisis <i>Customer Experience</i> (X1) dan Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) (X2) terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	135
4.30	Standar Koefisiensi t hitung dan Tingkat Signifikasnsi antara Analisis <i>Customer Experience</i> (X1) dan Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) (X2) terhadap Keputusan Menonton di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	137

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Hal
2.1	<i>Characteristics of Tradisional Marketing</i>	13
2.2	Tahapan Proses Pembentukan <i>Experience</i> Konsumen	26
2.3	<i>B2C Customer Life Cycle</i>	27
2.4	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	40
2.5	Kumpulan Suksesif yang Terlibat Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	41
2.6	Langkah – langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	43
2.7	<i>Model of Consumer Behavior</i>	45
2.8	Kerangka Pemikiran Analisis <i>Customer Experience</i> dan Model Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) Terhadap Keputusan Menonton Di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	56
2.9	Gambar 2.9 Paradigma Penelitian Analisis <i>Customer Experience</i> dan Model Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>) Terhadap Keputusan Menonton Di Bioskop BlitzMegaplex Paris Van Java Bandung	57