

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	13
2.1.2 Definisi <i>Customer Experience</i> .....	17
2.1.2.1 Langkah-langkah Membangun <i>Customer Experience</i> .....	18
2.1.2.2 Dimensi <i>Customer Experience</i> .....	21
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	23

2.1.3.2 <i>Repurchase Intention</i> .....	25
2.1.4 Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	27
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3 Hipotesis.....	33
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Objek Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian.....	34
3.2.1 Metode Penelitian.....	34
3.2.2 Desain Penelitian.....	35
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	36
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	39
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.5.1 Populasi.....	40
3.5.2 Sampel.....	41
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel .....	42
3.6 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Realibilitas.....	45
3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	47
3.7.1 Rancangan Analisis Data.....	47
3.7.2 Teknik Analisis Data .....	48
3.7.3 Uji Hipotesis.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	54

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1.1	Visi dan Misi Lisung The Dago Boutique Resto.....	56
4.1.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	56
4.1.3	Deskripsi Umum Variabel Penelitian.....	59
4.1.3.1	Gambaran Variabel <i>Customer Experience</i> .....	59
4.1.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Experience</i> .....	74
4.1.3.3	Gambaran Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	76
4.1.3.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Repurchase Intention</i> .....	79
4.1.4	Analisis Pengujian Statistik.....	81
4.1.4.1	Uji Asumsi Normalitas.....	81
4.1.4.2	Analisis Korelasi.....	82
4.1.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	84
4.1.4.4	Koefisien Determinasi.....	86
4.1.4.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	86
4.2	Pembahasan.....	87
4.2.1	<i>Customer Experience</i> di Lisung The Dago Boutique Resto.....	87
4.2.2	<i>Repurchase Intention</i> di Lisung The Dago Boutique Resto.....	88
4.2.3	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Konsumen Lisung The Dago Boutique Resto.....	89
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>91</b>
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	92

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kota Bandung Tahun 2012-2014.....	1
Tabel 1.2 Data Jumlah Restoran, Rumah Makan dan Bar di Kota Bandung Tahun 2011-2013 .....	2
Tabel 1.3 Daftar Nama Restoran dan Café di Daerah Dago Pakar/ Dago Atas Bandung.....	3
Tabel 1.4 Restoran dan Café yang Memberikan Kesan Nyaman di Kawasan Bukit Pakar Timur.....	4
Tabel 1.5 Pembelian Ulang Konsumen Lisung The Dago Boutique Resto .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data .....	39
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel X ( <i>Customer Experience</i> ).....	44
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Realibilitas .....	46
Tabel 3.6 Tabel Batas Penelitian.....	48
Tabel 3.7 Tabel Rekapitulasi Pengolahan Data.....	48
Tabel 3.8 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Lisung The Dago Boutique Resto.....	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Desain Arsitektur Bangunan Lisung Resto .....	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Perabotan dan Dekorasi Ruangan Lisung Resto .....	61

Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Cita Rasa Makanan dan Minuman Lisung Resto.....	61
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Musik yang Diputar Lisung Resto.....	62
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Atmosfer yang Dirasakan di Lisung Resto .....	63
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Pegawai Lisung Resto.....	63
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Selama Berada di Lisung Resto .....	64
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Selama Menggunakan Fasilitas Lisung Resto .....	65
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Nama dan Logo Lisung Resto.....	65
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Penilaian Menu Makanan dan Minuman Lisung Resto .....	66
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Penilaian Interior Ruangan Lisung Resto.....	67
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Penilaian Fasilitas Lisung Resto.....	67
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan dalam Reservasi Tempat di Lisung Resto .....	68
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Transaksi Pembayaran di Lisung Resto.....	69
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Respon Pegawai Lisung Resto...	69
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Lisung Resto.....	70
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Prestise Lisung Resto.....	71
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Popularitas Lisung Resto .....	71
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Interaksi Pegawai Lisung Resto.....	72
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Suasana Berinteraksi dengan Sesama Konsumen Lisung Resto.....	73
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Lisung Resto Sebagai Tempat Berkumpul dengan Rekan dan Komunitas.....	73

Tabel 4.28 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Experience</i> .....	74
Tabel 4.29 Tanggapan Responden terhadap mempertimbangkan Lisung Resto Sebagai Pilihan Pertama Saat Merayakan Acara Khusus ...	77
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Merekomendasikan Kepada Orang Lain.....	78
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Melakukan Pembelian Kembali.....	78
Tabel 4.32 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Repurchase Intention</i> Konsumen Lisung The Dago Boutique Resto .....	79
Tabel 4.33 Output Korelasi Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	83
Tabel 4.34 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 4.35 Output Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	84
Tabel 4.36 Output ANOVA .....	84
Tabel 4.37 Output Koefisien Regresi.....	85
Tabel 4.38 Nilai Signifikansi Uji t .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Konsumen Lisung the Dago Boutique Resto Periode Januari 2011- Agustus 2014 .....	5
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	32
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	33
Gambar 3.1 Skala Semantik Deferensial.....	48
Gambar 3.2 Contoh Garis Kontinum Penelitian.....	50
Gambar 4.1 Logo Lisung The Dago Boutique Resto .....	55
Gambar 4.2 Daerah Kontinum Variabel (X) <i>Customer Experience</i> .....	76
Gambar 4.3 Daerah Kontinum Variabel (Y) <i>Repurchase Intention</i> .....	81
Gambar 4.4 <i>Normal Probability Plot</i> .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Administratif

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas & Realibilitas

Lampiran 4 Data Interval

Lampiran 5 Output SPSS Korelasi dan Regresi Variabel

Lampiran 6 Riwayat Hidup