

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN I.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN II.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTACK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	9
1.4.2. Kegunaan Teoritis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Konsep Pemasaran Dalam Kepariwisata dan Wisata Kuliner.....	11
2.1.1.1 Konsep Pariwisata.....	11
2.1.1.2 Konsep wisata Kuliner.....	16
2.1.1.3. Konsep <i>Food and Beverage</i>	18
2.1.1.4. Konsep Pemasaran Jasa.....	19
2.1.2. Konsep <i>Experiential Marketing</i>	24

2.1.2.1. <i>Strategi Experiential Moduls (SEMs)</i>	28
2.1.2.2. <i>Penyampaian Experiential Marketing dengan Experience Provider</i>	31
2.1.2.3. <i>Dimensi Experiential Marketing</i>	32
2.1.2.3.1. <i>Consumer Experience</i>	33
2.1.2.3.2. <i>Experiential Interface</i>	34
2.1.2.3.3. <i>Marketing Experience</i>	35
2.1.3. <i>Konsep Dining Experience</i>	36
2.1.3.1. <i>Dimensi Dining Experience</i>	38
2.1.3.1.1. <i>Pre-Meal Experience</i>	38
2.1.3.1.2. <i>Meal Experience</i>	40
2.1.3.1.2. <i>Post Meal Experience</i>	43
2.1.4. <i>Konsep Customer Satisfaction</i>	45
2.1.4.1 <i>Definisi Kepuasan Pelanggan</i>	45
2.1.4.2 <i>Tipe Kepuasan</i>	46
2.1.4.3 <i>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan</i>	47
2.1.4.4. <i>Pengukuran Customer Satisfaction</i>	47
2.1.5 <i>Pengaruh Dining Experience terhadap Customer Satisfaction</i>	49
2.1.6 <i>Orisinalitas Penelitian</i>	50
2.2. <i>Kerangka Pemikiran</i>	54
2.3. <i>Hipotesis</i>	62
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 <i>Objek Penelitian</i>	64
3.2 <i>Jenis dan Metode Penelitian</i>	64

3.2.1. Oprasional Variabel	65
3.2.2. Jenis dan Sumber Data.....	68
3.2.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel.....	69
3.2.3.1. Populasi	69
3.2.3.2. Sampel.....	70
3.2.3.3. Teknik Sampling	71
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.2.5. Pengujian Validitas dan Realibilitas	72
3.2.5.1. Validitas	72
3.2.5.2 Reliabilitas	74
3.2.6. Rancangan Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	76
3.2.6.1. Rancangan Analisis Data <i>Deskriptif</i>	76
3.2.6.2. Rancangan Analisis Data <i>Verifikatif</i>	77
3.2.6.3 Uji Hipotesis	78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Restauarant dan Konsumen Congo <i>Café & Gallery</i>	84
4.1.1. Profil Congo <i>Café & Gallery</i> Bandung	84
4.1.1.1. Identitas perusahaan.....	84
4.1.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan	85
4.1.1.3. Produk dan Jasa yang Ditawarkan	86
4.1.1.4. Struktur Organisasi	87
4.1.2. Profil Konsumen yang Melakukan Pembelian di Congo <i>Café & Gallery</i> ..	87
4.1.2.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan jenis kelamin dan usia	87
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan ..	89
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili dan Frekuensi Kunjungan.....	90

4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Orang yang Dibawa Pada Saat Makan dan Berapa Rata-rata Biaya yang Dikeluarkan ...	91
4.1.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang Digunakan	92
4.2. Tanggapan Konsumen Tentang <i>Dining Experience</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>) dan Diterima (<i>perceived</i>) di Congo Café & Gallery	93
4.2.1. Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Pre-meal Experience</i> di Congo Café & Gallery	94
4.2.2. Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Meal Experience</i> di Congo Café & Gallery	95
4.2.3. Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Post-meal Experience</i> di Congo Café & Gallery	98
4.2.4. Rekapitulasi Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Dining Experience</i> di Congo Café & Gallery	100
4.2.5. Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Pre-Meal Experience</i> Yang Mereka Rasakan (<i>Perceived</i>) Di Congo Café & Gallery	101
4.2.6. Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Meal Experience</i> Yang Mereka Rasakan (<i>Perceived</i>) Di Congo Café & Gallery	102
4.2.7. Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Post-Meal Experience</i> Yang Mereka Rasakan (<i>Perceived</i>) Di Congo Café & Gallery	107
4.2.8. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Pre-Meal Experience</i> Yang Mereka Rasakan (<i>Perceived</i>) Di Congo Café & Gallery	108
4.3. Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Dining Experience</i> di Congo Café & Gallery	110
4.3.1. Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Pre-meal Experience</i> Congo Café & Gallery	110
4.3.2. Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Meal Experience Congo Café & Gallery</i>	111
4.3.3. Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Post Meal Experience Congo Café & Gallery</i>	113

4.3.4. Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Terhadap	
<i>Dining Experience Congo Café & Gallery</i>	114
4.4. Pengaruh <i>Dining Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen	
di <i>Congo Café & Gallery</i>	116
4.4.1. Hasil Pengujian Korelasi Pengujian Antar Jalur Kepuasan Konsumen	
Terhadap <i>Dining Experience Congo Café & Gallery</i>	116
4.4.2. Hasil Uji Simultan (uji F).....	117
4.4.3. Hasil Pengujian secara Parsial (Uji T).....	118
4.4.4. Hasil Uji Simultan (uji F) Model 2.....	120
4.4.5. Hasil Pengujian secara Parsial (Uji T) Mode 2.....	121
4.4.6. Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	
dan Tidak Langsung.....	122
4.4.7. Hasil Pengujian Pembahasan Pengaruh <i>Dining Experience</i>	
terhadap Kepuasan konsumen.....	123
4.5. Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	125
4.5.1. Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	125
4.5.2. Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1. Kesimpulan.....	127
5.2. Rekomendasi.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pertumbuhan Kegiatan Pariwisata Dunia.....	1
Tabel 1.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2012-2013.....	2
Tabel 1.3. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bandung tahun 2013-2015.....	3
Tabel 1.4. Daftar Jumlah Restoran berdasarkan Jenisnya di Bandung Pada Tahun 2013.....	4
Tabel 1.5. Jumlah Kunjungan Congo <i>Café & Gallery</i> Tahun 2013-2015.....	5
Tabel 2.1. Pengertian Pemasaran dari Beberapa Ahli.....	19
Tabel 2.2. Perbedaan Antara <i>Traditional Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i>27
Tabel 2.3. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan <i>DiningExperience (Pre-meal, meal, post meal experience)</i> terhadap <i>Costumer Satisfaction</i>	50
Tabel 3.1. Oprasional Variabel.....	66
Tabel 3.2. Janis dan Sumber data.....	69
Tabel 3.3. Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	73
Tabel 3.4. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	76
Tabel 3.5. Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	76
Tabel 4.1. Rincian <i>Buffet Package</i> dan <i>Set Menu Package</i> di Congo <i>Café & Gallery</i>	86
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	89
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Per-bulan.....	90
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili dan Frekuensi Kunjungan.....	91
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Orang Yang Dibawa Dan Banyak Biaya Yang Dikeluarkan.....	92

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber informasi Yang Digunakan.....	93
Tabel 4.7. Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Pre-meal Experience</i> di Congo Café & Gallery	94
Tabel 4.8. Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Pre-meal Experience</i> di Congo Café & Gallery.....	96
Tabel 4.9. Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) Mengenai <i>Pre-meal Experience</i> di Congo Café & Gallery.....	99
Tabel 4.10. Rekapitulasi Harapan Konsumen (<i>Expected</i>) mengenai <i>Dining Experience</i> di Congo Café & Gallery.....	100
Tabel 4.11. Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Pre-meal Experience</i> yang diterima (<i>Perceived</i>) di Congo Café & Gallery.....	101
Tabel 4.12. Tanggapan Konsumen atas <i>Meal Experience</i> yang Diterima (<i>Perceived</i>) dari Congo Café & Gallery.....	103
Tabel 4.13. Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Post-Meal Experience</i> yang Dirasakan(<i>Perceived</i>) di Congo Café & Gallery Bandung.....	107
Tabel 4.14. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Dining Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Congo Café & Gallery.....	108
Tabel 4.15. Kepuasan Konsumen Congo Café & Gallery terhadap <i>Pre-meal Experience</i>	111
Tabel 4.16. Kepuasan Konsumen Congo Café & Gallery Terhadap <i>Meal Experience</i>	111
Table 4.17. Kepuasan Konsumen Congo Café & Gallery Terhadap <i>Post-Meal Experience</i>	113
Tabel 4.18. Data Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Dining Experience</i> di Congo Café & Gallery.....	114

Tabel 4.19 Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen.....	115
Tabel 4.20 Matrik Korelasi Antara Sub Variabel <i>Dining Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	116
Table 4.21. Uji Keseluruhan/Simultan (Uji F) <i>Dining Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	117
Tabel 4.22. Pengujian Koefisien Jalur.....	118
Tabel 4.23. Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Dining Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen Model 2.....	119
Tabel 4.24. Uji Keseluruhan/Simultan (Uji F) <i>Dining Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Model 2.....	120
Tabel 4.25. Pengujian Koefisien Jalur Model 2.....	121
Tabel 4.26. Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung Dan tidak Langsung <i>Dining Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Congo <i>Café & Gallery</i>	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen Congo <i>Gallery & Café</i>	7
Gambar 2.1. Model Sederhana dari Proses Pemasaran.....	21
Gambar 2.2. Proses <i>Dining Experience</i> di <i>Restaurant</i>	38
Gambar 2.3. Krangka Pemikiran Pengaruh <i>Pre- Meal Experience, Meal Experience dan Post Meal Experience</i> sebagai tahapan <i>Dining Experience</i> terhadap <i>Costumer Satisfaction</i>	61
Gambar 2.4. Paradigma Penelitian pengaruh <i>Pre- Meal Experience, Meal Experience dan Post Meal Experience</i> sebagai tahapan <i>Dining Experience</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Di <i>Congo Café & Galerry</i> Bandung.....	62
Gambar 3.1. Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y.....	79
Gambar 3.2. Diagram Jalur Hipotesis.....	79
Gambar 3.3. Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	80
Gambar 4.1. Struktur Organisasi <i>Congo Café & Gallery</i> Bandung.....	87
Gambar 4.2 Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Dining Experience</i> di <i>Congo Café & Gallery</i>	110
Gambar 4.3. <i>Dining Experience</i> Yang Di Terima Diaplikasikan Pada Garis Kontinum.....	110
Gambar 4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Dining Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen di <i>Congo Café & Gallery</i>	115
Gambar 4.3. Diagram Jalur <i>Dining Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	120

DAFTAR LAMPIRAN

Quisioner Upaya Peningkatan <i>Costumer Satisfactions</i> Melalui <i>Dining Experience</i> Di Congo Gallery & Café.....	127
Quisioner Pra-Penelitian.....	131
Hasil Pra-Penelitian.....	133
Hasil Perhitungan SPSS.....	135
Koding Hasil Quisioner Persepsi Konsumen Akan Dining Experience di Congo Café & Gallery.....	139
Hasil MSI Data Persepsi Konsumen Akan Dining Experience.....	143
Koding Hasil Quisioner Ekspektasi Konsumen Akan Dining Experience.....	147
Koding Hasil Quisioner akan Kepuasan Konsumen Congo Café & Gallery.....	151
Hasil MSI Data Kepuasan Konsumen	155