

**PENGARUH PEMASARAN EKSPERIENSIAL TERHADAP
RETENSI PELANGGAN PADA PENGUNJUNG
RESORT&SPA KAMPUNG SAMPIREUN GARUT
(Survei pada Pengunjung *Resort&Spa* Kampung Sampireun Garut)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis
Jurusan Pendidikan Ekonomi**



OLEH:

**IRNA WIDIASTUTI
045754**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2009**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PEMASARAN EKSPERIENSIAL TERHADAP
RETENSI PELANGGAN PADA PENGUNJUNG
RESORT&SPA KAMPUNG SAMPIREUN GARUT
(Survei pada Pengunjung *Resort&Spa* Kampung Sampireun Garut)**

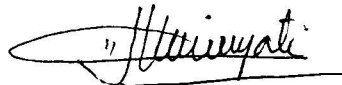
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si
NIP. 132 044 284

Pembimbing II



Hj. Sumiyati, SE., M.Si
NIP. 131 662 489

Mengetahui

Ketua Jurusan
Pendidikan Ekonomi FPIPS
Universitas Pendidikan Indonesia




Dr. H. Edi Suryadi, M. Si.
NIP. 131 626 694

Ketua Program Studi
Pendidikan Manajemen Bisnis



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si
NIP. 132 044 284

Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis



Irna Widiastuti
NIM. 045754

Skripsi ini diuji pada :

Hari/Tanggal : Rabu/28 Januari 2009
Waktu : 08.00 s.d selesai
Tempat : Lab. Manajemen Bisnis-Gedung Baru
Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS
Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia Ujian Sidang terdiri dari :

1. **Ketua** : Prof. Dr. Idrus Affandi, SH.,M.Pd
NIP. 130 896 565
2. **Sekretaris** : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
NIP. 131 626 694
3. **Anggota** : 3.1 Dr. H. Aim Abdulkarim, M.Pd.
NIP. 131 567 564
3.2 Dr. Ratih Hurriyati, M.Si.
NIP. 132 044 284
4. **Penguji** : 4.1 Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si.
NIP. 131 570 037
4.2 Dr. Vanessa Gaffar., S.E., AK., MBA
NIP. 132 300 406
4.3 Sunata Syarif, S.E
NIP. 131 570 042

*Tatkala sukacita bermuara di
jiwa dan raga, ketika itu pula
selayaknya tasbih
bersenandung me-maha
sucikan, tahmid berkumandang
memuji, serta takbir bergema me-
maha besarkan AsmaNya*

“Tiada kekayaan yang lebih utama daripada Akal
Tiada kealpaan yang lebih menyedihkan daripada
kebodohan
Tiada warisan yang lebih baik daripada pendidikan”
(Ali Bin Abi Thalib)

Shalatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya
kupersembahkan kepada-Mu yaa Robb semesta
alam

Hormat dan bakti kupersembahkan untuk Mamah
dan Bapa tercinta

Cinta serta jalinan kasih sayang kuhaturkan untuk
seseorang yang kelak menjadi pemimpin dalam
keluarga baruku

Dengan segala kerendahan hati kupersembahkan
karya ini

ABSTRAK

Irna Widiastuti, 045754, Pengaruh Pemasaran Eksperiensial Terhadap Retensi Pelanggan Pada *Resort&Spa* Kampung Sampireun Garut (Survei Pada Pengunjung *Resort&Spa* Kampung Sampireun Garut) di bawah bimbingan Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. dan Hj. Sumiyati, SE, M.Si

Peran sektor bisnis dibidang *hospitallity industry* yang mencakup bisnis *travel, tourism* dan hotel memberikan peluang pasar yang cukup luas sehingga mendorong berdirinya berbagai usaha sarana pariwisata seperti hotel (*resort*). Munculnya *resort-resort* di Kota Garut dengan berbagai fasilitas dan penawaran produk/jasa yang menarik menimbulkan persaingan yang cukup ketat karena mendorong konsumen untuk berpindah, sehingga tidak ada keterikatan yang menentukan tingkat kesetiaan/loyalitas. Berbagai strategi diterapkan untuk mempertahankan pelanggan (retensi) agar tetap loyal dan retensi pelanggan lebih meningkat. Salah satu strategi atau upaya mempertahankan pelanggan apabila terciptanya pengalaman yang unik dan berkesan di setiap interaksi dengan pelanggan sebagai pembeda merek perusahaan yaitu melalui pendekatan *emotional* dengan menerapkan pemasaran eksperiensial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pemasaran eksperiensial yang terdiri dari *sense, feel, think, act* dan *relate* terhadap retensi pelanggan. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan *resort&spa* Kampung Sampireun Garut. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemasaran eksperiensial (X). Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah retensi pelanggan (Y).

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *systematic random sampling*, dan jumlah sampel 60 responden. Teknik Analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur (*path analysis*) dengan alat bantu *software* komputer SPSS 15.0. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan melalui wawancara dengan staf *resort*, observasi langsung ke *resort&spa* Kampung Sampireun, penyebaran angket penelitian, dan studi literatur.

Berdasarkan pengujian hipotesis, pemasaran eksperiensial mempunyai pengaruh terhadap retensi pelanggan, yang artinya semakin baik pemasaran eksperiensial maka semakin tinggi pula retensi pelanggan di *resort&spa* Kampung Sampireun.

ABSTRACT

Irna widiastuti, 045754, The Influence of Experiential Marketing towards Customer Retention in resort&spa Kampung Sampireun Garut (Research in visitor resort&spa Kampung Sampireun Garut), under guidance Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. and Hj.Sumiyati, SE, M.Si

Business sector character hospitallity area industry that include business travel, tourism and hotel gives market opportunity enough vast so that push to stand it various tourism tool effort likes hotel (resort). Appearance resort at Garut city with various facilities and product/service tender that interesting to evoke rivalry enough tight because push consumer to move, so that there is no binding that determine troth/loyalty level. various strategy applies to defend customer (retention) so that loyal permanent and customer retention more increase. One of strategy or efforts defends when does experience creation unique and leave an impression at every interaction with customer as distinctive brand companies that is pass to approach emotional by applying experiential marketing. Watchfulness aims to detect marketing description eksperiensial that consist of sense, feel, think, act and relate towards customer retention. Object in this watchfulness customer resort&spa Kampung Sampireun Garut. free variable in this watchfulness experiential marketing (X). While bound variable in this watchfulness customer retention (Y).

Watchfulness kind that used descriptive verifikatif, and method that used explanatory survey with technique systematic random sampling, and sample total 60 respondents. Data analysis technique that used stripe networ (path analysis) by means of help computer software spss 15.0. Data that used primary data and secondary with collecting technique passes interview with staff resort, direct observation to resort&spa Kampung Sampireun Garut, watchfulness inquiry distribution, and literature study.

Based on hypothesis testing, experiential marketing has influence towards customer retention, with the meaning more gooder experiential marketing so also customer retention at resort&spa Kampung Sampireun Garut.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Rabb yang menggenggam alam semesta dengan kasih sayang-Nya yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga Pemasaran Eksperiensial Terhadap Retensi Pelanggan Pada *Resort&Spa* Kampung Sampireun Garut (Survei pada Pengunjung *Resort&Spa* Kampung Sampireun Garut). Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah SAW, ahlul bayt, para sahabatnya dan penerus perjuangan beliau.

Skripsi ini disusun untuk mengetahui tanggapan pengunjung terhadap pemasaran eksperiensial, mengetahui tingkat retensi pelanggan, dan mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran eksperiensial terhadap retensi pelanggan.

Penulis berusaha dalam pembuatan skripsi ini sebaik dan semaksimal mungkin. Akan tetapi jika terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan pendidikan, Amin.

Bandung, Januari 2009

Irna Widiastuti

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Illahi Robbi yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, karena skripsi ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan-Nya. Maka selayaknyalah pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. Idrus Affandi. SH.,M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.S. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Ratih Hurriyati M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia sekaligus selaku Pembimbing I, yang telah membimbing dengan kasih sayang, cinta, penuh kesabaran dan ketelitian serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Hj. Sumiyati SE, M.Si selaku Pembimbing II, yang telah memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dan senantiasa membimbing serta memberikan motivasi dengan segala keikhlasan, kasih sayang dan kesungguhan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi.
7. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd, MM, selaku Sekretaris Tim Pertimbangan dan Pembimbing Skripsi (TPPS) Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah berbaik hati membimbing penulis selama pembuatan proposal skripsi.
8. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Ibu Eti dan Teh Santi yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi
10. Bapak M. Ali Sihabudin dan Seluruh Staf PT. Kampung Sampireun yang telah memberikan kesempatan penulis untuk meneliti juga telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Saudara-saudaraku tersayang teh Yuyu, Deden, iki, ipik kaka iparku Aasep, teh nanar yang selalu sabar dan selalu mendukung penulis hingga lulus, mudah-mudahan selalu dalam lindungan Allah SWT dan selalu diberikan kelancaran *amienn..*
12. Keponakan-keponakanku tersayang Zaky, Nurul, Fabian lutcu. Terima kasih atas senyum yang telah kalian berikan dalam menghibur penulis.
13. Keluarga besar Panyosogan Embah Ohan Sunarsa&Amih, yang sangat penulis hormati dan sayangi untuk dukungan, cinta, doa yang telah diberikan kepada penulis, buat bi ati beribu-ribu ucapan terimakasih tidak akan terbalas dengan

pengorbanan selama ini penulis hanya bisa mendoakan mudah-mudahan selalu dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan dan kesabaran dalam menghadapi semua cobaan *amienn*

14. Keluarga di Wanaraja, Keluarga di Klaten dan Keluarga di Lembang yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa kepada penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
15. Keluarga Besar Warung Aki Misar yang selalu mendukung dan mendoakan penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
16. Sahabat-sahabat ku *PC Girl* Fitri dan Reni yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Devi, Rani, Mira, April, Riny dan Vina teman-teman yang selalu bersama dalam suka maupun duka atas bantuan dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
17. Teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung dan membantu penulis Nita, Anceu, Della, Ulie, Bear, San-san, Ridwan, Yuli Ema, Budi Alhamdulillah akhirnya kita lulus juga ya....
18. Sahabat dan saudara seperjuangan KKN Rawa Mekar Subang 2007 Titih, Bunda Aci, Ika, Lilik, Dian Gokil, Ucup, Eza, Syarief, d'Siti atas dukungan dan do'a nya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
19. Rekan-rekan PLP dan anak-anakku di SMK Kiansantang mudah-mudahan silaturahmi kita tetap terjaga.
20. Aaceng dan Keluarga yang telah banyak membantu penulis selama penelitian di Kampung Sampireun
21. Ibu Inneu, Bu Yuli, Mba Try, Imey, Mba Nita, Tita (Kampung Sampireun) yang selalu bersedia membantu penulis selama penelitian.

22. Buat Dhany yang telah banyak membantu penulis semua pengorbanan, kesabaran, kasih sayang juga kebaikanmu mudah-mudahan menjadi amal shaleh.

23. Rekan-rekan Manajemen Bisnis angkatan 2004 atas kebersamaan selama kuliah dengan segala situasi dan kondisi yang telah kita lalui bersama. Semoga di masa depan kita bisa mengaplikasikan ilmu yang telah kita peroleh.

Akhirnya sembah bakti kepada ayahanda dan ibunda tercinta atas semua kasih sayang dan doa yang tak lekang oleh waktu, pengorbanan dan perjuangannya untuk menyekolahkan penulis sampai selesai kuliah. Terimalah persembahan amal bakti Ananda, buah dari perjuangan dan kesungguhan dalam menuntut ilmu untuk mendapat Ridho-Nya. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kemurahan dan amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Amin.

Bandung, Januari 2009

Irna Widiastuti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan 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	12
1.3.2.1 Secara Teoritis/Akademik	12
1.3.2.2 Secara Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Ruang Lingkup Pemasaran	13
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.1.2 Pemasaran Jasa	16
2.1.1.3 Karakteristik Jasa	17
2.1.1.4 Pemasaran Jasa Perhotelan	18
2.1.1.5 Bauran Pemasaran Jasa Perhotelan ..	20
2.1.2 Konsep Pemasaran Eksperiensial	22
2.1.2.1 <i>Traditional Marketing</i>	22

2.1.2.2 <i>Strategic Experiential Moduls</i>	28
2.1.2.3 <i>Strategic Experiential Providers</i>	34
2.1.2.4 <i>Customer Experience</i>	39
2.1.3 Retensi Pelanggan.....	42
2.1.3.1 Loyalitas pelanggan	42
2.1.3.2 Karakteristik Pelanggan Loyal	43
2.1.3.3 Konsep Retensi Pelanggan.....	45
2.1.3.4 Strategi Retensi Pelanggan	48
2.1.3.5 Pengukuran Retensi Pelanggan	53
2.1.3.6 Pengaruh Pemasaran Eksperiensial terhadap Retensi Pelanggan.....	63
2.1.3.7 Resume Hasil Penelitian Terdahulu	65
2.2 Kerangka Pemikiran	67
2.2 Hipotesis	74
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	75
3.1 Objek Penelitian	75
3.2 Metode Penelitian.....	75
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	75
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	78
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	81
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	82
3.2.4.1. Populasi	82
3.2.4.2. Sampel	83
3.2.4.3. Teknik Sampling	86
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	88
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	89
3.2.6.1. Hasil Pengujian Validitas	90
3.2.6.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	94
3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	96
3.3.1 Teknik Analisis Data	96
3.3.1.1 Analisis Deskriptif.....	97
3.3.1.2 Path Analisis	97

3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis	107
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	108
4.1 Hasil Penelitian.....	108
4.1.1 Profil PT Kampung Sampireun	110
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden	121
4.1.3 Tanggapan Responden terhadap Pemasaran Eksperiensial	126
4.1.4 Tanggapan Responden terhadap Retensi Pelanggan	154
4.2 Pembahasan	179
4.2.1 Tanggapan terhadap Pemasaran Eksperiensial.....	179
4.2.2 Tanggapan terhadap Retensi Pelanggan	182
4.2.3 Pengaruh Pemasaran Eksperiensial terhadap Retensi Pelanggan	183
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	184
4.3.1 Hasil Penelitian terhadap Praktek Pemasaran	184
4.3.2 Implikasi penelitian terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis	187
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	196
5.1 Kesimpulan.....	196
5.2 Rekomendasi	197
DAFTAR PUSTAKA	200
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Moch, (1985). *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Agus Sulastiyono, 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta, Bandung.
- Anderson, Vince (2000). *Strategic Marketing Management*. New York: Houghton Mifflin Company
- Asep Hermawan, (2006). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Barnes James, (2003), “*Secrets of Customer Relationship Management: Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*”, Edisi Bahasa Indonesia, ANDI : Yogyakarta
- Buchari Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta
- _____, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- _____, 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Buttle, Francis, (2004), *Customer Relationship Management*”, Heinemann Linacre House: Jordan Hill.
- Chandra, Gregorius, Fandy Tjiptono, 2005. *Service, Quality & Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Djalim, Saladin, (2003). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan Pelaksanaan dan Pengendalian*, Bandung: Linda Karya.
- Engel F James et al., 1994. *Perilaku Konsumen* Edisi Keenam, Alih Bahasa; Drs FX.Budiyanto, Jakarta, Binarupa Aksara
- Fandi Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, Andi
- _____, 2006. *Pemasaran Jasa*, Mayumedia, Malang
- Griffin, Jill, 2002 *Customer Loyalty How To Earn, How To Keep It*, Singapura, Lexington Books

- Harun Al. Rasyid 1994. *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*, Program studi Ilmu Sosial Bidang Kajian Utama Sosiologi Antropologi Program Pasca Sarjana, Bandung: Universitas Pajajaran
- Hermawan Kartajaya, (2002). *Marketing Plus Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Jakarta: PT. Erlangga
- _____, 2003. *Marketing In Venus*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka
- _____, 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance*, Jakarta, Mizan Pustaka
- Husein Umar, 2003. *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Indriantoro & Supomo, (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip, (2005) *Manajemen Pemasaran Jilid 1&2*. Jakarta : Prenticehall.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller, 2006. *Marketing Management*, 12th Edition Pearson Internasional Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2006. *Prinsip of Marketing*, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler & Amstrong, (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 7*. Jakarta: PT Indeks.
- _____, (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi dua belas Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Hean Tat Keh, Xiongwan Lu, (2005), *Second Edition, "Service Marketing in Asia: Managing People, Technology, and Strategy"*, Pearson, Prentice Hall
- Malhotra, Naresh K, (2004). *Basic Marketing Research, Application to Kontemporari Issue, International Edition*. New Jersey: Pearson Edition.
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu, (2003). *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Bandung: Refika Aditama.
- Moh. Nasir, (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, L Richard, 1997, *Satisfaction, A Behaviorial Perspektive On the Customer*, New York, Mc Graw-Hill Companies Inc
- Peppers, Don, dan Rogers, Martha, (2004), "*Managing Customer Relationships*", John Wiley and Sons.Inc, Hoboken, New Jersey.
- Pine II, Joseph and Gilmore H James, 1999, *The Experience Economy: Work Is Theatre And Every Business A Stage*, Boston, Harvad Business School Press

- Rambat Lupiyoadi , 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Sekaran, uma, (2005), “Metodologi Penelitian untuk Bisnis”, Jakarta: Salemba Empat.
- Sitepu Nirwana Sk, 1994, *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Unit Pelayanan Statistika FPMIPA, Universitas Padjadjaran.
- Schmitt, H Bernd, 1999, *Experiential Marketing*, New York, The free Press
- Schimtt, Shaun dan Wheeler Joe, 2002, *Managing The Customer Experience*, Prentice hall.
- Sudjana, 2001. *Metode Statistika*, Tarsito, Bandung.
- Suharsimi Arikunto, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Umar, Husein, (2003), “Metode Riset Perilaku Organisasi”, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wina Sanjaya, 2008. *Strategi Pembelajaran*. Kencana Prenada MediaGroup, Jakarta.
- Yandianto, 2000. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, M2S, Bandung.
- Yazid, 2005. *Pemasaran Jasa*, Ekonisia, Yogyakarta.
- Zeithaml, Bitner A, Mary Jo, Bitner, Dwayne D. Gremler, (2006), ”*Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*”, Mc Graw Hill (int Edition)

Sumber lain:

Lili A Wibowo, 2004, Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Value* terhadap Loyalitas Pelanggan Café dan Resto di Kawasan Cihideung Lembang Bandung, *stagnac*, volume 4, Nomor 8, Agustus 2004, halaman 1-23

Skripsi-skripsi Sebelumnya

Majalah Marketing

Majalah SWA

www.google.com

Jurnal Marketing Science 2007

De Wulf, Kristof, et.al, (2001), "*Investment in Consumer Relationship : A Cross Country and Cross-Industry Exploration*", *Journal of Marketing*, Vol.65, 33-38.

Kristaung, Robert, (2005), "Perkembangan *Relationship Marketing* dan Relevansinya dalam Praktik Pemasaran Jasa", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol.1, No.1, Maret.

Andi dan Desi 10-16 November 2003, *Starbuck Caffee* Ciptakan Tempat ketiga bagi Konsumen, *PROSPEKTIF*, Edisi 50, Vol 5, Halaman 22

Oleh: Utami, C. Whidya

Email: library@lib.unair.ac.id; library@unair.ac.id

[www. Perempuan.Com](http://www.Perempuan.Com)

[www. Kampung Sampireun.com](http://www.KampungSampireun.com)