

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
MOTTO	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	19
2.1.1 Konsep <i>Brand Community</i> dalam Pemasaran Museum.....	19
2.1.1.1 Konsep Pemasaran.....	19
2.1.1.2 Pemasaran Museum.....	21
2.1.1.3 <i>Destination Branding</i>	23
2.1.1.4 Konsep <i>Brand Community</i>	26
2.1.1.5 Komponen-komponen <i>Brand Community</i>	31
2.1.1.6 Karakteristik Yang Mendorong Terbentuknya <i>Brand Community</i>	38
2.1.1.7 Komunitas Sahabat Museum.....	39
2.1.1.8 Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika.....	41
2.1.2 Loyalitas Pengunjung.....	42
2.1.2.1 Definisi Loyalitas.....	42
2.1.2.2 Perspektif Loyalitas.....	43

2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	48
2.1.2.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	49
2.1.2.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan	50
2.1.3 Pengaruh <i>Brand Community</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung.....	54
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	55
2.2 Kerangka Pemikiran.....	57
2.3 Hipotesis	67

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	69
3.2 Metodologi Penelitian.....	70
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	70
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	71
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	75
3.2.3.1 Jenis Data	75
3.2.3.2 Sumber Data.....	76
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	77
3.2.4.1 Populasi	77
3.2.4.2 Sampel	78
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	79
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	81
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	83
3.2.6.1 Validitas.....	83
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	88
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	90
3.3.1 Rancangan Teknik Analisis Data	90
3.3.1.1 Rancangan Teknik Analisis Data Deskriptif	92
3.3.1.2. Rancangan Teknik Analisis Data Verifikatif.....	93
3.3.2 Pengujian Hipotesis	97

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Museum dan Profil Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika	104
4.1.1 Profil Museum Konperensi Asia Afrika	104
4.1.1.1. Indetitas Museum Konperensi Asia Afrika.....	104

4.1.1.2. Sejarah Museum Konperensi Asia Afrika	106
4.1.1.3. Produk-produk yang Ditawarkan	108
4.1.1.4. Sasaran Museum Konperensi Asia Afrika	109
4.1.2. Profil Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika	110
4.1.2.1. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	111
4.1.2.2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	111
4.1.2.3. Pengalaman Responden Mendapatkan Informasi Tentang Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika dan Waktu Mengetahui Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika	113
4.1.2.4. Pengalaman Responden berdasarkan Alasan Menjadi Member Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika dan Jumlah Mengikuti Kegiatan Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika.....	115
4.2. Gambaran <i>Brand community</i> Sahabat Museum konperensi Asia Afrika.....	117
4.2.1. Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Concioussness of Kind</i>	117
4.2.2. Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Rituals and Tradition</i>	119
4.2.3. Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Moral Responsibility</i>	121
4.2.4. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Brand Community</i> Sahabat Museum.....	123
4.3 Gambaran Loyalitas Pengunjung di Museum Konperensi Asia Afrika	126
4.3.1. Tanggapan pengunjung Terhadap Melakukan Kunjungan Teratur.....	127
4.3.2. Tanggapan Pengunjung terhadap Kunjungan Antar Lini produk dan Jasa	128
4.3.3. Tanggapan Pengunjung Terhadap Mereferensikan Kepada Orang Lain	129
4.3.4. Tanggapan Pengunjung Terhadap Menunjukkan Kekebalan dari Daya Tarik Produk Sejenis dari Pesaing.....	130
4.3.5. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Loyalitas di Museum Konperensi Asia Afrika	131
4.4. Pengaruh <i>Brand Community</i> Sahabat Museum Terhadap Loyalitas Pengunjung Konperensi Asia Afrika.....	134
4.4.1. Hasil Uji Asumsi.....	134
4.4.1.1. Pengujian Hasil Asumsi Regresi.....	134
4.4.1.2. Hasil Uji Asumsi Sub Variabel.....	138
4.4.1.3. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	140

4.4.1.4. Pegujian Hipotesis dan Uji Signifikasi Secara Simultan	141
4.4.1.5. Pengujian Hipotesis dan Signifikasi Secara Parsial (Uji t)	142
4.4.1.6. Model persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Brand Community</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika	144
4.5. Implikasi Hasil temuan Penelitian	145
4.5.1. Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	145
4.5.2. Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	146
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1. Kesimpulan.....	148
5.2. Rekomenda	150
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Statistik Kunjungan Wisatawan di Indonesia 2004-2010.....	2
1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung 2008-2010.....	3
1.3	Program Pemerintah tentang Museum	6
1.4	Pengunjung Museum-Museum di Kota Bandung 2007-2010	6
1.5	Data pengunjung Museum Konferensi Asia Afrika 2008-2011	7
1.6	Jumlah Member komunitas Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika.....	9
1.7	Jumlah Kunjungan kegiatan Komunitas Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika.....	9
1.8	Program-Program yang Dilaksanakan oleh Museum Konferensi Asia Afrika	11
1.9	Program Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika.....	14
1.10	Manfaat Menjadi Member Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika.....	14
2.1	Penelitian Terdahulu Yang Berkaitan dengan <i>Brand Community</i> Terhadap Loyalitas	55
3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Community</i> dan Loyalitas	72
3.2	Jenis dan Sumber Data	77
3.3	Teknik Pengambilan Data	83
3.4	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	86
3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	87
3.6	Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	90
4.1	Produk dan Jasa Museum Konferensi Asia Afrika	108
4.2	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	110
4.3	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	112
4.4	Informasi tentang Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika dan Waktu Mengetahui Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika	113
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menjadi Member Sahabat Museum dan Jumlah Mengikuti Kegiatan Sahabat Museum	116
4.6	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Consciousness of Kind</i>	118
4.7	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Rituals and Tradition</i>	119
4.8	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Moral Responsibility</i>	121

4.9	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Brand Community</i> Sahabat Museum	124
4.10	Tanggapan Pengunjung Terhadap Melakukan Kunjungan Teratur	127
4.11	Tanggapan Pengunjung Terhadap Kunjungan Antar Lini Produk dan Jasa	128
4.12	Tanggapan Pengunjung Terhadap Mereferensikan Kepada Orang lain	129
4.13	Tanggapan Pengunjung Terhadap Menunjukkan Kekebalan dari Daya Tarik Produk Sejenis dari Pesaing	130
4.14	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Loyalitas di Museum Konperensi Asia Afrika	132
4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	138
4.16	Matrik korelasi Antar Sub Variabel <i>Brand Community</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung	138
4.17	Output Pengaruh <i>Brand Community</i> Loyalitas Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika	140
4.18	Pengujian Hipotesis dan uji Signifikasi Secara Simultan	141
4.19	Hasil pengujian Secara Parsial (Uji t)	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	<i>The 4'C of Community</i>	37
2.2	Empat jenis Loyalitas	47
2.3	<i>What Affect Customer Loyalty</i>	49
2.4	Piramida Loyalitas.....	52
2.5	Kerangka Pemikiran	66
2.6	Paradigma Penelitian Meningkatkan Loyallitas Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika melalui <i>Brand Community</i>	67
3.1	Regresi Berganda.....	96
3.2	Struktur Kausal X dan Y	102
4.1	Struktur Organisasi Museum Konperensi Asia Afrika.....	106
4.2	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	111
4.3	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	113
4.4	Informasi tentang Sahabat Museum dan Waktu mengetahui Sahabat Museum di Museum Konperensi Asia Afrika	115
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan menjadi Member Sahabat Museum dan Jumlah Mengikuti Kegiatan Sahabat Museum	117
4.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Brand Community</i> Sahabat Museum	126
4.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Pengunjung Terhadap Loyalitas berkunjung di Museum konperensi Asia Afrika.....	133
4.8	Histogram Loyalitas Pengunjung	135
4.9	<i>Normal Probability Plot</i>	136
4.10	Hasil uji Heterokedastisitas	137