

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

UCAPAN TERIMA KASIH

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Kegunaan penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
<b>DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>18</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 <i>Sensory Marketing</i> dalam Industri Penerbangan .....	18
2.1.1.1 Keterkaitan Antara Pariwisata dan Industri	
Penerbangan.....	18
2.1.1.2 Teknik Rangsangan Panca indera ( <i>Sensory Stimulus</i>	

<i>Technique</i> ).....	38
2.1.1.3 Dimensi <i>Sensory Marketing</i> .....	41
2.1.2 Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian .....	46
2.2 Kerangka Pemikiran .....	48
2.3 Hipotesis.....	53
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	<b>57</b>
3.1 Objek Penelitian .....	57
3.2 Metode Penelitian .....	57
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	58
3.2.2 Operasional Variabel .....	59
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	62
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	64
3.2.4.1 Populasi .....	64
3.2.4.2 Sampel.....	65
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	66
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	67
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	69
3.2.6.1 Pengujian Validitas .....	70
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	73
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	76
3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	76
3.2.7.2 Analisis Verifikatif.....	61
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis.....	61

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>82</b>
4.1 Profil Perusahaan dan Pelanggan Maskapai penerbangan dengan Klasifikasi <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	82
4.1.1 Profil Perusahaan.....	82
4.1.1.1 Profil Industri <i>Airlines</i> .....	82
A. Garuda Indonesia.....	82
a) Sejarah Perusahaan.....	83
b) Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	86
B. Thai Airways.....	87
a) Sejarah Perusahaan.....	88
b) Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	89
C. Japan Airlines.....	90
a) Sejarah Perusahaan.....	91
b) Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	91
D. China Airlines.....	92
a) Sejarah Perusahaan.....	93
b) Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	94
E. Eva Air.....	94
a) Sejarah Perusahaan.....	95
b) Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	96
F. Korean Airlines.....	96
a) Sejarah Perusahaan.....	97
b) Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	98

4.1.1.2 Pelaksanaan <i>Sensory Marketing</i> Maskapai <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	99
4.1.2 Profil Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	100
4.1.2.1 <i>Country of Origin</i> <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	100
4.1.2.2 Identitas Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dilihat dari Jenis Kelamin ( <i>Gender</i> ) dan Usia ( <i>Age</i> ).....	101
4.1.2.3 Identitas Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dilihat dari Penghasilan ( <i>Sallary</i> ) dan Pekerjaan ( <i>Occupation</i> ) .....	103
4.1.2.4 Identitas Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dilihat dari Status ( <i>Marital Status</i> ) dan Pendidikan ( <i>Educational Background</i> ) .....	105
4.1.3 Pengalaman Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	107
4.1.3.1 Frekuensi Penumpang yang Menggunakan <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dalam 1 tahun .....	107
4.1.3.2 Tipe dan Kelas Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> yang Dipilih Penumpang.....	109
4.1.3.3 Jenis Penumpang Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	110
4.1.3.4 Alasan Penumpang Menggunakan Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	111
4.2 Tanggapan Penumpang terhadap <i>Sensory Marketing</i> <i>The World's</i>	

4 Star Airlines .....	113
4.2.1 Sight .....	114
4.2.2 Sounds .....	115
4.2.3 Smells .....	116
4.2.4 Taste .....	117
4.2.5 Touch/textures .....	118
4.2.6 Rekapitulasi Hasil Penilaian Penumpang <i>The World's 4</i> <i>Star Airlines Terhadap Pelaksanaan Sensory Marketing</i> .....	119
4.3 Pengaruh Faktor-Faktor <i>Sensory Marketing</i> Pada Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	120
4.4 Implikasi Hasil Temuan.....	123
4.4.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	123
4.4.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	123
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	125
5.1 Kesimpulan .....	125
5.2 Rekomendasi .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	128
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	<i>International Tourist Arrivals</i> .....	2
1.2	Perkiraan Pertumbuhan <i>Market Size</i> Beberapa Sektor Industri Tahun 2010 .....	3
1.3	Maskapai Penerbangan Internasional Di Bandara Soekarno-Hatta .....	5
1.4	Penumpang Wisatawan Mancanegara Yang Menggunakan Maskapai Penerbangan Dengan Klasifikasi <i>The World's 4 Star Airlines</i> di Bandara Soekarno-Hatta dari Tahun 2009-2011 .....	6
1.5	Misi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Fokus Dalam Memberikan Produk Dan Jasa Pada Tahun 2011 .....	9
1.6	Strategi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Melalui Faktor-Faktor <i>Inflight Sensory Marketing</i> .....	15
2.1	<i>Economic Distinction</i> .....	23
2.2	Pola <i>Traditional Marketing</i> menuju <i>Sensory Marketing</i> .....	25
2.3	Pengertian <i>Sensory Marketing</i> Menurut Para Ahli .....	35
2.4	Dimensi <i>Sensory Marketing</i> Menurut Kahn .....	42
2.5	Dimensi <i>Sensory Marketing</i> Menurut Hulten, Broweus, Dan Van Dijk .....	43
2.6	Dimensi <i>Sensory Marketing</i> Menurut Halmstald .....	43
2.7	Dimensi <i>Sensory Marketing</i> Menurut Laurie Babin .....	44
2.8	Dimensi <i>Sensory Marketing</i> Menurut Solomon .....	45
2.9	Dimensi Dan Ruang Lingkup <i>Sensory Marketing</i> Menurut Solomon .....	46
2.10	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan <i>Sensory Marketing</i> .....	46
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	59

3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	63
3.3	Populasi Penelitian.....	64
3.4	Teknik Pengumpulan Data, Sumber dan Tujuan Penelitian .....	69
3.5	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	71
3.6	Hasil Pengujian Validitas ( <i>Sensory Marketing</i> ).....	73
3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas ( <i>Sensory Marketing</i> ).....	75
3.8	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	79
4.1	Tipe Dan Jumlah Pesawat Garuda Indonesia.....	86
4.2	Tipe Dan Jumlah Pesawat Thai Airways .....	89
4.3	Tipe Dan Jumlah Pesawat Japan Airlines .....	92
4.4	Tipe Dan Jumlah Pesawat China Airlines.....	94
4.5	Tipe Dan Jumlah Pesawat Eva Air .....	96
4.6	Asal Negara Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	100
4.7	Asal Negara Penumpang Wisatawan Mancanegara <i>The World's 4 Star Airlines</i> Berdasarkan Jenis Kelamin ( <i>Gender</i> ) Dan Usia ( <i>Age</i> ).....	102
4.8	Asal Negara Penumpang Wisatawan Mancanegara <i>The World's 4 Star Airlines</i> Berdasarkan Penghasilan ( <i>Sallary</i> ) Dan Pekerjaan ( <i>Occupation</i> ).....	103
4.9	Asal Negara Penumpang Wisatawan <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dilihat Dari Status ( <i>Marital Status</i> ) Dan Pendidikan ( <i>Educational Background</i> .....	106
4.10	Frekuensi Penumpang Menggunakan Yang Menggunakan Maskapai <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dalam 1 Tahun.....	107
4.11	Tipe Kelas Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> Yang Dipilih Penumpang.....	109

4.12	Jenis Penumpang Maskapai Penerbangan <i>The World' 4 Star Airlines</i> Yang Dipilih Penumpang .....	110
4.13	Alasan Penumpang Menggunakan Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	112
4.14	Uji Frekuensi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dimensi <i>Sight</i> .....	114
4.15	Uji Frekuensi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dimensi <i>Sounds</i> .....	115
4.16	Uji Frekuensi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dimensi <i>Smells</i> .....	116
4.17	Uji Frekuensi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dimensi <i>Taste</i> .....	117
4.18	Uji Frekuensi <i>The World's 4 Star Airlines</i> Dimensi <i>Touch/Textures</i> .....	118
4.19	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Sensory Marketing The World's 4 Star Airlines</i> .....	119
4.20	Hasil Estimasi Parameter Model Pengukuran Dimensi <i>Sensory Marketing</i> .....	121
4.21	Hasil Estimasi Parameter Model Pengukuran Indikator <i>Sensory Marketing</i> .....	122



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	<i>Inbound Tourism Made by Transport 2009</i> .....	2
1.2	Jumlah Kedatangan Penumpang Wisatawan Mancanegara di Bandara Soekarno-Hatta dari Tahun 2009-2011 .....	7
1.3	<i>Customer Satisfaction Index The World's 4 Star Airlines</i> Tahun 2010 .....	10
2.1	<i>The Role Of Transport In Tourist Travel</i> .....	19
2.2	<i>An Overview Of The Perceptual Process</i> .....	40
2.3	Kerangka Pemikiran Analisis Faktor-Faktor <i>Sensory Marketing</i> Pada Maskapai Penerbangan.....	52
2.4	Paradigma Penelitian Analisis Faktor-Faktor <i>Sensory Marketing</i> Pada Maskapai Penerbangan.....	53
4.1	Asal Negara Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	100
4.2	Keterkaitan Asal Negara Penumpang <i>The World's 4 Star Airlines</i> Berdasarkan Jenis Kelamin ( <i>Gender</i> ) Dan Usia ( <i>Age</i> ) .....	103
4.3	Keterkaitan Penumpang Wisatawan Mancanegara <i>The World's 4 Star</i> <i>Airlines</i> Berdasarkan Penghasilan ( <i>Sallary</i> ) Dan Pekerjaan ( <i>Occupation</i> ) .....	105
4.4	Keterkaitan Penumpang Wisatawan <i>The World's 4 Star Airlines</i> Berdasarkan Status ( <i>Marital Status</i> ) Dan Pendidikan ( <i>Educational</i> <i>Background</i> ) .....	107
4.5	Frekuensi Penumpang Yang Menggunakan Maskapai <i>The World's 4 Star</i> <i>Airlines</i> .....	108

4.6	Tipe Kelas Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> Yang Dipilih Penumpang .....	110
4.7	Jenis Penumpang Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	111
4.8	Alasan Penumpang Menggunakan Maskapai Penerbangan <i>The World's 4 Star Airlines</i> .....	113
4.9	Gambaran <i>Sensory Marketing The World's 4 Star Airlines</i> .....	113
4.10	Diagram Pengujian Hipotesis .....	121

