

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

MOTTO

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Kegunaan Penelitian 6

1.4.1 Kegunaan Penelitian Secara Teoritis 6

1.4.2 Kegunaan Penelitian Secara Praktis 6

1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah 7

1.5.1 Ruang Lingkup 7

1.5.2 Pengertian Istilah 8

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 9

1.6.1 Kerangka Pemikiran 9

1.6.2 Hipotesis 20

BAB II TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka 21

2.2 Tinjauan Teori 25

2.2.1	<i>Public Relations</i>	25
2.2.2	Tujuan <i>Public Relations</i>	29
2.2.3	Fungsi <i>Public Relations</i>	30
2.2.4	Pemasaran.....	32
	2.2.4.1 Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>)	32
	2.2.4.2 Bauran Pemasaran Jasa	34
2.2.5	Pemasaran Humas (<i>Marketing Public Relations</i>)	37
2.2.6	Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	38
2.2.7	<i>Experience</i> atau pengalaman.....	41
	2.2.7.1 <i>Experiental Marketing</i>	43
2.2.8	<i>Customer</i> atau Pelanggan.....	47
2.2.9	<i>Satisfaction</i> atau kepuasan	50
2.2.10	Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	51
2.2.11	Hubungan antara <i>Experiental Marketing</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	54

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	56
	3.1.1 Sejarah singkat perusahaan	56
	3.1.2 Sejarah singkat hotel Sheraton Bandung	57
	3.1.3 Filosofi dan Logo Perusahaan.....	58
	3.1.4 Fasilitas yang dimiliki Hotel Sheraton.....	61
	3.1.5 Struktur Organisasi.....	68
	3.1.6 <i>Media Realtions</i> Hotel Sheraton Bandung.....	76
3.2	Metodologi Penelitian	77
	3.2.1 Metode Penelitian	77
	3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian	78
	3.2.2.1 Populasi Penelitian	78
	3.2.2.2 Sampel Penelitian.....	78
	3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	80
	3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	82

3.2.5	Teknik Analisis Data.....	84
3.2.5.1	Teknik Analisis Deskriptif	84
3.2.5.2	Teknik Analisis Data Inferensial.....	84
3.2.6	Uji Validitas dan Relibilitas	86
3.2.6.1	Uji Validitas	86
3.2.6.2	Uji Reliabilitas.....	87
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1	Analisis Deskriptif Data Responden.....	91
4.2	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	95
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Experiental Marketing di Hotel Sheraton Bandung.....	95
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Customer Satisfaction di Hotel Sheraton Bandung	106
4.2.3	Hasil Uji Validitas dan Relibilitas.....	116
4.2.3.1	Hasil Uji Validitas.....	116
4.2.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	118
4.3	Analisis Inferensial Data Penelitian.....	119
4.3.1	Analisis korelasi Rank spearman	119
4.3.2	Analisis Korelasi Berganda.....	122
4.3.3	Koefisien Determinasi Simultan	123
4.3.4	Uji Hipotesis Penelitian.....	123
4.3.4.1	Uji Hipotesis Simultan	124
4.3.4.2	Uji Hipotesis Parsial.....	125
4.4	Pembahasan.....	127
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	134
5.2	Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	80
4.1	Jenis kelamin	91
4.2	Usia Responden.....	92
4.3	Pendidikan Terakhir	92
4.4	Status Pekerjaan	93
4.5	Pendapatan Perbulan	93
4.6	Pilihan Tempat Menginap Lain Selain Hotel Sheraton.....	94
4.7	Tanggapan responden mengenai mendapatkan pengalaman yang berbeda dengan hotel lain	95
4.8	Tanggapan responden mengenai suasana baru.....	96
4.9	Tanggapan responden mengenai perasaan nyaman.....	97
4.10	Tanggapan responden mengenai kenangan yang selalu diingat, setelah tamu menginap	97
4.11	Tanggapan responden mengenai atmosfer yang nyaman.....	98
4.12	Tanggapan responden mengenai pengalaman yang menarik ketika menginap	99
4.13	Tanggapan responden mengenai lokasi Hotel Sheraton yang strategis	100
4.14	Tanggapan responden mengenai inovasi baru melalui variasi pelayanan dan produk.....	101

4.15	Tanggapan responden mengenai Hotel Sheraton adalah tempat yang cocok untuk menginap	101
4.16	Tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dan pelayanan	102
4.17	Tanggapan responden mengenai karyawan memberikan informasi yang jelas dan lancar ketika tamu membutuhkan informasi	103
4.18	Tanggapan responden mengenai pelayanan karyawan yang cepat ketika tamu membutuhkan pelayanan	104
4.19	Tanggapan responden mengenai pelayanan karyawan yang siap setiap saat	105
4.20	Tanggapan responden mengenai sarana fisik sesuai harapan tamu hotel	106
4.21	Tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan sesuai harapan tamu hotel	107
4.22	Tanggapan responden mengenai keuntungan yang didapatkan tamu hotel berupa potongan harga	108
4.23	Tanggapan responden mengenai ciri khas hotel sheraton dibandingkan hotel lain	109
4.24	Tanggapan responden mengenai Hotel Sheraton memiliki keseluruhan bangunan yang menarik	110
4.25	Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Sheraton sesuai dengan pelayanan bintang lima	110
4.26	Tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan sangat menarik dan cukup memuaskan	111

4.27	Tanggapan responden mengenai hotel sheraton yang cepat tanggap terhadap complaint pengunjung	112
4.28	Tanggapan responden mengenai karyawan hotel sheraton memiliki kepedulian yang tinggi terhadap tamu hotel	113
4.29	Tanggapan responden mengenai Hotel Sheraton memiliki tingkat kualitas pelayanan dan pengiriman pesanan yang cepat.....	114
4.30	Tanggapan responden mengenai hotel sheraton selalu siap setiap saat melayani complaint pengunjung	114
4.31	Tanggapan responden mengenai hotel sheraton yang cepat menyelesaikan masalah tamu hotel	115
4.32	Tingkat validitas	117
4.33	Reliability statistic.....	118
4.34	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	120
4.35	Tabel corellation.....	121
4.36	Model Sumary	122
4.37	Anova	125
4.38	Tabel koefisien	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Skema Penelitian.....	19
3.1	Lambang Sheraton Hotel & Towers	61
3.2	Struktur Organisasi	68

