

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4 Nilai Pelanggan	28
2.1.5 <i>Experiential Marketing</i>	30
2.1.6 Kualitas Pelayanan	33
2.2 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.1 Hubungan Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan	35
2.2.2 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> dengan Kepuasan Pelanggan...	36

2.2.3	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	36
2.2.4	Hubungan Nilai Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	37
2.2.5	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelangga.....	38
2.2.6	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	38
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.4	Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1	Variabel Penelitian	42
3.1.2	Definisi Operasional.....	45
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.4	Metode Pengumpulan Data	49
3.5	Metode Analisis Data	50
3.5.1	Analisis <i>Kuantitatif</i>	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1	Deskripsi Umum Perusahaan.....	57
4.2.	Gambaran Umum Responden.....	57
4.3.	Interpretasi Data	60
4.3.1	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	60
4.3.2.	Analisis <i>Full Model</i>	66
4.3.3.	Asumsi SEM.....	68
4.4.	Pembahasan dan Uji Hipotesis	75
4.4.1.	Uji hipotesis	75
4.4.2.	Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....		83
5.1.	Kesimpulan.....	83
5.2.	Implikasi Teoritis	85
5.3.	Implikasi Manajerial.....	86
5.4.	Keterbatasan Penelitian	91

5.5. Saran Penelitian Mendatang	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern	2
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	60
Tabel 4.15 Hasil <i>Uji Fit Konstruk Variabel Eksogen</i>	62
Tabel 4.16 Uji <i>Validitas dan Reliabilitas CFA Konstruk Eksogen</i>	62
Tabel 4.17 Hasil <i>Uji Fit Konstruk Variabel Endogen</i>	64
Tabel 4.18 Uji <i>Validitas dan Reliabilitas CFA Konstruk Endogen</i>	65
Tabel 4.19 Evaluasi <i>Goodness of Fit Model</i>	67
Tabel 4.20 Uji Normalitas Data	68
Tabel 4.21 Uji Jarak Mahalanobis	69
Tabel 4.22 Uji <i>Reliabilitas dan Variance Extracted</i>	74
Tabel 4.23 <i>Regression Weight Structure Model</i>	75
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	85
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>CFA Konstruk Eksogen</i>	61
Gambar 4.2 <i>CFA Konstruk Endogen</i>	64
Sumber : Pengolahan data primer, 2019	64
Gambar 4.3 Model Penelitian	66
Gambar 4.4 <i>Standardized Residual Covariances</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	94
LAMPIRAN B TABULASI DATA	104
LAMPIRAN C HASIL OUTPUT AMOS	107