

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	I
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	IV
<i>ABSTRACT</i> .....	V
ABSTRAK .....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Teori Prilaku Konsumen .....	14
2.1.2 <i>Teori Consumer Retention</i> .....	15
2.1.1.1 <i>Faktor Consumer Retention</i> .....	17
2.1.1.2 Indikator Consumer Retention.....	20
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.1.2.1 Teori Customer Satisfaction.....	21
2.1.2.2 Indikator Consumer Satisfaction.....	24
2.1.4 Kualitas Produk Halal ( <i>Halal Product Quality</i> ) .....	25
2.1.3.1 Teori Kualitas Produk Halal ( <i>Halal Product Quality</i> ).....	25
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk Halal.....	29
2.1.3.3 Faktor Kualitas Produk Halal.....	30
2.1.5 <i>Experiential Marketing</i> .....	32

2.1.4.1	Teori <i>Experiential Marketing</i> .....	32
2.1.4.2	Faktor <i>Experiential Marketing</i> .....	34
2.1.4.3	Indikator <i>Experiential Marketing</i> .....	36
2.2	Penelitian Terdahulu .....	37
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	44
2.3.1	Customer Satisfaction Terhadap Pembelian Ulang Konsumen ( <i>Consumer Retention</i> ) .....	44
2.3.2	<i>Halal Product Quality</i> Terhadap Pembelian Ulang Konsumen ( <i>Consumer Retention</i> ) .....	45
2.3.3	<i>Experiential Marketing</i> Terhadap Pembelian Ulang Konsumen ( <i>Consumer Retention</i> ) .....	47
2.4	Hipotesis.....	48
2.5	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Metode Penelitian.....	50
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	51
3.1.1	Variabel Penelitian .....	51
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.3	Populasi dan Sampel .....	54
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	56
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	56
3.5.1	Kuesioner .....	57
3.6	Metode Analisis .....	57
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.6.2	Penyimpangan Asumsi Klasik.....	58
3.6.3	Uji Instrumen Data .....	60
3.6.4	Uji Hipotesis .....	61
3.7	Tempat dan Waktu .....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	65
4.2	Gambaran Umum Responden .....	68
4.2.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	68

4.2.2	Gambaran Umum Berdasarkan Latar Belakang.....	69
4.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	70
4.2.4	Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir.....	71
4.3	Metode Analisis Data .....	72
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	72
4.3.1.1	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Consumer Satisfaction</i> (X1) ..	75
4.3.1.2	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Halal Product Quality</i> (X2)...	76
4.3.1.3	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X3)..	76
4.3.1.4	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Consumer Retention</i> (Y).....	77
4.3.2	Uji Instrumen Data .....	78
4.3.3	Deteksi Asumsi Klasik.....	80
4.3.4	Uji Hipotesis .....	87
4.4	Pembahasan.....	93
4.4.1	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Retensi Konsumen.....	95
4.4.2	Pengaruh <i>Halal Product Quality</i> Terhadap <i>Consumer Retention</i> .....	96
4.4.3	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Consumer Retention</i> .....	97
BAB V	.....	99
5.1	Kesimpulan .....	99
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	100
5.3	Saran .....	101
DAFTAR PUSTAKA	.....	103
LAMPIRAN	.....	110