

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<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
1.2    Rumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4    Sistematika Penulisan.....	9
BAB II: TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....	10
2.1    Social Cognitive Theory.....	10
2.1.1    Experiential Marketing.....	11
2.1.2    Emotional Value.....	15
2.1.3    Functional Value .....	16
2.1.4    Purchase Decision .....	17
2.2    Penelitian Terdahulu.....	21
2.3    Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1    Pengaruh Experiential Marketing terhadap Emotional Value .....	23
2.3.2    Pengaruh Experiential Marketing terhadap Functional Value .....	24
2.3.3    Pengaruh Emotional Value terhadap Purchase Decision.....	25
2.3.4    Pengaruh Functional Value terhadap Purchase Decision.....	26
2.3.5    Pengaruh Langsung Experiential Marketing Terhadap Purchase Decision	26
2.4    Kerangka Pemikiran .....	27

BAB III: METODE PENELITIAN .....	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian .....	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2 Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1 Populasi .....	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.3.1 Data Primer .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Metode Analisis Data .....	37
3.5.1 Membuat Diagram Jalur.....	38
3.5.2 Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural .....	38
3.5.3 Menentukan Jalur Matriks Input dan Estimasi Model yang Disarankan .....	39
3.5.4 Menilai Identifikasi Model Struktural.....	39
3.5.5 Menilai Kriteria Goodness of Fit .....	40
3.5.6 Intepretasi Model .....	43
BAB IV:HASIL DAN ANALISIS.....	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.2 Gambaran Umum Responden.....	45
4.3 Hasil Analisis Data .....	46
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	46
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas dan AVE .....	48
4.3.3 Hasil Uji Asumsi SEM.....	49
4.3.4 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis .....	56
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis .....	62
4.3.6 Interpretasi Hasil .....	65
BAB V: PENUTUP .....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Implikasi Teoritis .....	76
5.3 Implikasi Manajerial.....	81

5.4	Keterbatasan .....	83
5.5	Saran.....	83
	DAFTAR PUSTAKA .....	85
	LAMPIRAN.....	89