

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	16
2.1.2 <i>Customer Experience</i>	17
2.1.2.1 <i>Sense</i>	20
2.1.2.2 <i>Feel</i>	22
2.1.2.3 <i>Think</i>	24
2.1.2.4 <i>Act</i>	26
2.1.2.5 <i>Relate</i>	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1 Variabel Penelitian	33
3.1.2 Definisi Operasional.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Analisis Kualitatif	42
3.5.2 Analisis Indeks Jawaban Responden	43

	3.5.3 Analisis Kuantitatif	44
	3.6 Metode Analisis Kuantitatif	44
	3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
	3.6.1.1 Uji Validitas.....	44
	3.6.1.2 Uji Reliabilitas	45
	3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
	3.6.2.1 Uji Multikolinearitas.....	45
	3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas	46
	3.6.2.3 Uji Normalitas	47
	3.6.3 Analisis Linear Regresi Berganda.....	47
	3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	49
	3.6.4.1 Uji t	49
	3.6.4.2 Uji F	49
	3.6.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
	4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
	4.2 Gambaran Umum Responden	53
	4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	53
	4.2.2 Berdasarkan Umur	54
	4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan	55
	4.2.4 Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	56
	4.2.5 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	57
	4.3 Hasil Indeks Jawaban Responden	58
	4.3.1 Variabel <i>Sense</i>	58
	4.3.2 Variabel <i>Feel</i>	61
	4.3.3 Variabel <i>Think</i>	64
	4.3.4 Variabel <i>Act</i>	68
	4.3.5 Variabel <i>Relate</i>	71
	4.3.6 Variabel Minat Beli Ulang	74
	4.4 Pengujian Instrumen.....	77
	4.4.1 Uji Validitas	77
	4.4.2 Uji Reliabilitas	78
	4.5 Hasil Model	79
	4.5.1 Uji Normalitas	79
	4.5.2 Uji Multikolinearitas	80
	4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	82
	4.6 Uji Kelayakan Model	83
	4.6.1 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	84
	4.6.2 Koefisien Determinasi.....	86
	4.6.3 Uji F	87
	4.6.4 Uji t	88
	4.7 Pembahasan.....	90
BAB V	PENUTUP.....	95
	5.1 Kesimpulan.....	95
	5.2 Keterbatasan	96
	5.3 Saran.....	97

5.3.1 Saran untuk Perusahaan	97
5.3.2 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	104