

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	15
2.1.2 Kepuasan Konsumen	17
2.1.3 Experiential Marketing	21
2.1.4 <i>Sense Marketing</i>	23
2.1.4.1 Hubungan Antar Variabel	25
2.1.5 <i>Feel Marketing</i>	25
2.1.5.1 Hubungan Antar Variabel	26
2.1.6 <i>Think Marketing</i>	27
2.1.6.1 Hubungan Antar Variabel	29
2.1.7 <i>Act Marketing</i>	30
2.1.7.1 Hubungan Antar Variabel	30
2.1.8 <i>Relate Marketing</i>	31
2.1.8.1 Hubungan Antar Variabel	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Hipotesis	37

BAB III	METODE PENELITIAN	38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.1.1	Variabel Penelitian	38
3.1.1.1	Variabel Independen	38
3.1.1.2	Variabel Dependen	39
3.1.2	Definisi Operasional	40
3.2	Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.1	Sampel	42
3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.4	Metode Pengumpulan Data	45
3.5	Metode Analisis Data	46
3.5.1	Analisis Kuantitatif	46
3.5.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.5.1.2	Teknik Analisis Data	48
3.5.1.2.1	Uji Asumsi Klasik	48
3.5.1.3	Uji Keباikan Model (<i>Goodness of fit</i>)	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	56
4.2	Deskripsi Responden	58
4.2.1	Responden Menurut Jenis Kelamin	59
4.2.2	Responden Menurut Usia	59
4.2.3	Responden Menurut Pendidikan	60
4.2.4	Responden Menurut Pekerjaan	61
4.2.5	Responden Menurut Pengeluaran Per Bulan	62
4.3	Analisis Data	63
4.3.1	Uji Kuesioner	63
4.3.1.1	Uji Validitas	63
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	65
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	66
4.3.2.1	Uji Multikolinearitas	66
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas	67
4.3.2.3	Uji Normalitas	69
4.3.4	Uji <i>Goodness of Fit</i>	71
4.3.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.3.4.2	Uji F	72
4.3.4.3	Uji t	73
4.3.4.4	Analisis Angka Indeks	75
4.3.4.5	Hasil Analisis Regresi Berganda	89

4.4 Pembahasan	91
BAB V PENUTUP	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	97
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103