

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan Skripsi.....	i
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian.....	ii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iii
Halaman Motto dan Persembahan.....	iv
Abstrak.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah.....	9
3. Tujuan Penelitian.....	10
4. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1.....	Word Of Mouth 13
2.1.1 Definisi Word Of Mouth.....	13
2.2.....	Kepuasan Pelanggan..... 18
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.2 Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Word Of Mouth..	21
2.3.....	Kualitas 23
2.3.1 Definisi Kualitas.....	23
2.3.2 Hubungan Kualitas dan Word Of Mouth.....	25
2.4.....	Experiential Marketing..... 25
2.4.1 Definisi Experiential Marketing.....	25
2.4.2 Hubungan Experiential Marketing dan Word Of Mouth	27

2.5.....	Penelitian	
Terdahulu.....		28
2.6.....	Model Penelitian	
31		
2.7.....	Hipotesis	32
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	33
1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	33
1.1.	Variabel Penelitian.....	33
1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	34
2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	35
2.1.....	Populasi	
.....		35
2.2.....	Jenis dan Sumber	
Data.....		37
3.	Metode Pengumpulan Data.....	37
2.1.....	Kuesioner	
(Angket).		37
2.2.....	Studi Pustaka	
.....		38
4.	Metode Analisis Data.....	38
2.1.....	Analisis Kuantitatif	
.....		38
2.2.....	Uji Kualitas Data	
.....		40
3.4.2.1	Uji Reliabilitas.....	40
3.4.2.2	Uji Validitas.....	40
3.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.4.3.1	Uji Multikoleniaritas.....	41
3.4.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	41

3.4.3.3 Uji Normalitas.....	42		
3.4.4 Analisis Regresi Berganda.....	42		
3.4.5 Uji Goodnees Of Fit.....	43		
3.4.6 Pengujian Hipotesis.....	44		
3.4.6.1 Uji t.....	44		
3.4.6.2 Uji F.....	45		
3.4.6.3 Uji Determinasi (R^2).....	46		
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47		
4.1.....	Deskripsi	Objek	
Penelitian.....	47		
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47		
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	48		
4.1.2.1 Gambaran Umum Responden berdasarkan Program Studi dan Jenis Kelamin.....	49		
4.1.2.2 Gambaran Umum Responden berdasarkan Program Studi dan Jurusan.....	49		
4.1.2.3 Gambaran Umum Responden berdasarkan Program Studi dan Angkatan.....	50		
4.2.....	Analisis	Indeks	
Jawaban per Variabel.....	50		
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan.....	52		
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas.....	53		
4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Exp Marketing...	54		
4.2.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel WOM.....	56		
4.3.....	Analisis	Data dan	
Pembahasan.....	57		
4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	57		
4.3.2 Hasil Uji Validitas.....	58		
4.3.3 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	60		
4.3.4 Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	61		

4.3.5 Hasil Uji Normalitas.....	62
4.3.6 Hasil Analisis Regresi Linear berganda.....	63
4.3.7 Hasil Uji Goodness Of Fit.....	64
4.3.7.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	64
4.3.7.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	67
4.3.8 Hasil Uji Determinasi	69
4.3.9 Pembahasan.....	70
4.3.9.1 Pengaruh Kepuasan terhadap <i>Word Of Mouth</i>	70
4.3.9.2 Pengaruh Kualitas terhadap <i>Word Of Mouth</i>	70
4.3.9.3. Pengaruh exp marketing terhadap <i>Word Of Mouth</i>	70
BAB V PENUTUP.....	71
5.1.....Kesimpulan	
.....71	
5.2.....Keterbatasan	
.....73	
5.3. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN