

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR GRAFIK	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Pertanyaan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
1.6. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1. <i>Experiential Marketing</i>	18
2.1.2. Kualitas Layanan	22
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	25
2.2. Pengaruh Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1. Pengaruh <i>Experiential marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	30

2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.3. Penelitian Terdahulu.....	32
2.4. Kerangka Pemikiran	40
2.5. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.1.1. Variabel Penelitian.....	43
3.1.2. Definisi Operasional Variabel	45
3.2. Populasi dan Sampel	50
3.3. Jenis dan Sumber Data	52
3.4. Metode Pengumpulan Data	52
3.4.1. Kuesioner	52
3.5. Metode Analisis Data	54
3.5.1. Analisis Kuantitatif	54
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	62
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	62
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Per Bulan	65
4.1.5. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia	67
4.1.6. Analisis Tabulasi Silang (Crosstab) Pekerjaan – Pengeluaran Per Bulan Responden.....	68
4.1.7. Analisis Tabulasi Silang (Crosstab) Penggunaan – Pengeluaran Per Bulan Responden	68
4.1.8. Analisis Tabulasi Silang (Crosstab) Pekerjaan – Pengeluaran Per Bulan – Penggunaan Responden	69
4.2. Analisis Data	71
4.2.1. Uji Kualitas Data	71
4.3. Hasil Analisis Data SEM.....	72
4.3.1. Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural	73
4.3.2. Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Faktor Analysis).....	85

4.3.3. Analisis Full SEM.....	90
4.3.4. Uji Hipotesis	906
4.4. Pembahasan	101
4.4.1. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	101
4.4.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	102
4.4.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	103
4.4.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	104
4.4.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	106
BAB V PENUTUP.....	108
5.1. Kesimpulan.....	108
5.1.1. Kesimpulan Hipotesis	108
5.1.2. Kesimpulan Masalah Penelitian.....	109
5.2. Implikasi Manajerial.....	110
5.3. Keterbatasan Penelitian	115
5.4. Saran untuk Penelitian Mendatang	115
DAFTAR PUSTAKA	117