

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 19 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 20 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 20 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 21 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 23 |
| 2.1 Landasan Teori | 23 |
| 2.1.1 Experiential Marketing..... | 23 |
| 2.1.2 Loyalitas Pelanggan | 24 |
| 2.1.3 Kepuasan Pelanggan | 27 |
| 2.1.4 Pemasaran Berbasis Pengalaman | 35 |
| 2.1.5 Kualitas Layanan..... | 43 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 52 |
| 2.3 Hipotesis | 53 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 54 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel..... | 54 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 54 |
| 3.1.2 Definisi Operasional..... | 56 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 59 |

| | | |
|---------------------------------------|--|------------|
| 3.2.1 | Populasi..... | 59 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 60 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data | 61 |
| 3.3.1 | Data Primer | 61 |
| 3.3.2 | Data Sekunder | 62 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 62 |
| 3.5 | Uji Kelayakan Kuesioner | 62 |
| 3.5.1 | Uji Semantik | 63 |
| 3.5.2 | Uji Statistik | 82 |
| 3.6 | Metode Analisis..... | 86 |
| 3.6.1 | Analisis SEM | 86 |
| 3.6.2 | Uji Efek Mediasi | 98 |
| 3.6.3 | Uji Hipotesis | 99 |
| BAB IV HASIL DAN ANALISIS..... | | 102 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian | 102 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 102 |
| 4.1.2 | Gambaran Umum Responden Penelitian | 103 |
| 4.2 | Evaluasi Asumsi SEM..... | 107 |
| 4.2.1 | Uji Normalitas..... | 108 |
| 4.2.2 | Uji Outliers..... | 109 |
| 4.2.3 | Uji Multikolinearitas | 110 |
| 4.2.4 | Uji Index Hoelter..... | 111 |
| 4.3 | Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) | 111 |
| 4.3.1 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Eksogen..... | 112 |
| 4.3.2 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Endogen..... | 115 |
| 4.4 | Analisis Full Model | 117 |
| 4.5 | Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk..... | 122 |
| 4.5.1 | Uji Reliabilitas Konstruk | 122 |
| 4.5.2 | Uji Validitas Konstruk | 124 |
| 4.6 | Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..... | 124 |
| 4.7 | Uji Efek Mediasi | 126 |
| 4.8 | Uji Hipotesis..... | 130 |

| | | |
|----------------------|---|-----|
| 4.8.1 | H1 : Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ... | 132 |
| 4.8.2 | H2 : Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 133 |
| 4.8.3 | H3 : Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 134 |
| 4.8.4 | H4 : Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan .. | 135 |
| 4.8.5 | H5 : Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan . | 136 |
| BAB V PENUTUP..... | | 138 |
| 5.1 | Kesimpulan Masalah Penelitian | 138 |
| 5.2 | Implikasi Teoritis | 140 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial..... | 145 |
| 5.4 | Keterbatasan Penelitian | 147 |
| 5.5 | Saran untuk Penelitian Mendatang..... | 147 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 149 |
| LAMPIRAN..... | | 155 |