

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	11
2.1.2 <i>Strategi Experiential Modules</i>	13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20

2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian	33
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.2.1 Variabel Penelitian	34
1. Variabel Independen	35
2. Variabel Dependen	36
3.2.2 Definisi Operasional	36
3.3 Tahapan Penelitian	40
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	41
3.4.3 Teknik Sampling	42
3.5 Pengumpulang Data	43
3.5.1 Jenis Data	43
1. Data Primer	43
2. Data Sekunder	43
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	43
1. Kuesioner	43
2. <i>Interview</i> (Wawancara)	44
3. Studi Pustaka	44
3.5.3 Skala Pengukuran	44
3.6 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	45
3.7 Teknik Pengujian Data.....	46
3.7.1 Uji Validitas	46

3.7.2 Uji Reliabilitas	49
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.8.1 Analisis Deskriptif	51
1. Uji Asumsi Klasik	52
1) Uji Multikolinieritas	53
2) Uji Heterokedastisitas	53
3) Uji Normalitas	53
2. Uji Hipotesis	54
1) Pengujian terhadap Koefisien Regresi Simultan (Uji F).....	54
2) Pengujian terhadap Regresi Parsial (Uji t)	55
3. Analisis Regresi Berganda	58
4. Koefisien Determinasi (R^2)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir	62
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Experiential Marketing</i>	65
4.2.1 Tanggapan Responden mengenai <i>Sense</i>	65
4.2.2 Tanggapan Responden mengenai <i>Feel</i>	67
4.2.3 Tanggapan Responden mengenai <i>Think</i>	68
4.2.4 Tanggapan Responden mengenai <i>Act</i>	70
4.2.5 Tanggapan Responden mengenai <i>Relate</i>	72
4.3 Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Pelanggan	76
4.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	79

4.4.1	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	79
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	79
1.	Uji Normalitas Data	79
2.	Uji Multikolinieritas	81
3.	Uji Heterokedstisitas	82
4.4.3	Uji Hipotesis	83
1.	Uji F (Uji Simultan)	83
2.	Uji t (Uji Parsial)	85
4.4.4	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	88
4.4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	89
4.4.6	Koefisien Determinasi (R^2)	90
4.5	Pembahasan	91
BAB V Kesimpulan dan Saran		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	96