

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1.    Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2.    Profil Perusahaan .....	1
1.1.3.    Jenis Produk dan Layanan.....	3
1.1.4.    Struktur Organisasi Perusahaan .....	6
1.1.5.    Logo Perusahaan .....	7
1.2.    Latar Belakang Masalah .....	8
1.3.    Perumusan Masalah .....	21
1.4.    Tujuan Penelitian .....	22
1.5.    Kegunaan Penelitian .....	22
1.6.    Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir .....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....	25
2.1.    Rangkuman Teori.....	25
2.1.1.    Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.2.    Jasa .....	25
2.1.3.    Pemasaran Jasa.....	26
2.1.4.    Bauran Pemasaran Jasa .....	27

2.1.5.	<i>Physical Evidence</i> .....	30
2.1.6.	<i>Experiential Marketing</i> .....	31
2.1.7.	Elemen-elemen <i>Experiential Marketing</i> .....	32
2.1.8.	<i>Emotional Branding</i> .....	35
2.1.9.	Kepuasan Pelanggan .....	38
2.1.10.	Loyalitas Pelanggan .....	39
2.1.11.	Hubungan antar Variabel .....	41
2.1.12.	Penelitian Terdahulu .....	43
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	49
2.3.	Hipotesis Penelitian .....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....		54
3.1.	Jenis Penelitian.....	54
3.2.	Variabel Operasional .....	55
3.2.1.	Sumber Variabel Operasional .....	56
3.2.2.	Skala Operasional.....	60
3.3.	<i>Method Succesive Interval</i> (MSI) .....	62
3.4.	Tahapan Penelitian.....	63
3.5.	Populasi Sampel.....	65
3.5.1.	Populasi.....	65
3.5.2.	Sampel.....	65
3.5.3.	Teknik <i>Sampling</i> .....	67
3.6.	Pengumpulan Data .....	67
3.6.1.	Sumber Data.....	67
3.6.2.	Metode Pengumpulan Data.....	68
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
3.7.1.	Uji Validitas .....	69
3.7.2.	Uji Reliabilitas .....	70
3.8.	Teknik Analisis Data.....	72
3.8.1.	Analisis Deskriptif .....	72

3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	74
3.9.	Uji Analisis Jalur.....	76
3.10.	Uji Hipotesis .....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		81
4.1.	Hasil Penelitian .....	81
4.1.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
4.1.2.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	82
4.1.3.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	83
4.1.4.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	84
4.1.5.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	86
4.1.6.	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	87
4.2.	Hasil Penelitian Secara Deskriptif .....	88
4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Experiential Marketing</i> ( $X_1$ ).....	88
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Emotional Branding</i> ( $X_2$ ) .....	91
4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	94
4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) .....	97
4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	100
4.3.1.	Uji Validitas .....	100
4.3.2.	Uji Reliabilitas .....	102
4.4.	Model Persamaan Analisis Dua Jalur .....	104
4.5.	Sub Struktur Pertama .....	105
4.5.1.	Uji Asumsi Klasik Sub Struktur Pertama .....	106
4.5.2.	Analisis <i>Output</i> Regresi Sub Struktur Pertama.....	112
4.5.3.	Analisis <i>Output</i> Korelasi Sub Struktur Pertama.....	118
4.6.	Sub Struktur Kedua.....	120
4.6.1.	Uji Asumsi Klasik Sub Struktur Kedua .....	122
4.6.2.	Analisis <i>Output</i> Regresi Sub Struktur Kedua.....	128
4.6.3.	Analisis <i>Output</i> Korelasi Sub Struktur Kedua .....	135
4.7.	Pembahasan Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	139

4.7.1. Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ).....	139
4.7.2. Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	140
4.7.3. Pengaruh Total ( <i>Total Effect</i> ).....	140
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
5.1. Kesimpulan .....	142
5.2. Saran .....	144
DAFTAR PUSTAKA .....	146
LAMPIRAN	