

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Lokasi PT GO-JEK	2
1.1.3 Visi dan Misi PT GO-JEK	2
1.1.4 Logo PT GO-JEK	2
1.1.5 Layanan GO-JEK	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Experiental Marketing	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	26
3.2.1 Variabel Operasional	26
3.2.2 Skala Pengukuran	28
3.3 Tahapan Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	30
3.4.3 Teknik Sampling	31
3.5 Pengumpulan Data	32
3.5.1 Sumber Data	32
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Realibilitas	34
3.6.3 Uji Normalitas	35
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Analisis Deskriptif	35
3.7.3 Regresi Linier Sederhana	37
3.8 Uji Hipotesis	37
3.8.1 Uji T	38
3.8.2 Uji F	38
3.8.3 Uji Determinasi	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 40
4.1 Deskripsi Responden	40
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	45

4.2.3 Uji Normalitas	46
4.2.4 Analisis Deskriptif	48
4.2.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	53
4.3 Hipotesis	54
4.3.1 Uji T	54
4.3.2 Uji F	55
4.3.3 Uji Determinasi	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	59
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Lanjutan	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	61

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Logo GO-JEK	3
GAMBAR 1.2 Data Pengguna Aplikasi GO-JEK	8
GAMBAR 1.6. <i>Service Review</i> Pelanggan	9
GAMBAR 2.1 Proses Keputusan Pembelian	17
GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran	23
GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian	29
GAMBAR 3.2 Persentase Dalam Garis Kontinum	37
GAMBAR 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
GAMBAR 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	41
GAMBAR 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
GAMBAR 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	43
GAMBAR 4.5 Hasil Uji Normalitas	52
GAMBAR 4.6 Garis Kontinum <i>Experiential Marketing</i>	54
GAMBAR 4.7 Garis Kontinum Keputusan Pembelian	56

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu	22
TABEL 3.1 Variabel Operasional	28
TABEL 3.2 Desain Pengukuran Kuesioner	30
TABEL 3.3 Indeks Korelasi	36
TABEL 3.4 Kriteria Interpretasi Skor	39
TABEL 4.1 Tabel Validitas Variabel X	44
TABEL 4.2 Tabel Validitas Variabel Y	45
TABEL 4.3 Tabel Reliabilitas Variabel X	46
TABEL 4.4 Tabel Reliabilitas Variabel Y	46
TABEL 4.5 Data Normalitas	47
TABEL 4.6 Analisis Variabel <i>Experiental Marketing</i>	49
TABEL 4.7 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	51
TABEL 4.8 Koefisien Regresi	53
TABEL 4.9 Hasil Uji T	54
TABEL 4.10 Hasil Uji F	55
TABEL 4.11 Hasil Uji R	56