

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat bagi pihak pengelola.....	8
1.5.2 Manfaat bagi peneliti lain: .....	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	8
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Teori-teori terkait penelitian .....	10
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i> .....	11
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15

2.3 Kerangka Pemikiran .....	19
2.4 Hipotesis Penelitian .....	20
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Karakteristik Penelitian .....	22
3.2 Skala Pengukuran .....	23
3.3 Operasional Variabel .....	24
3.4 Tahapan Penelitian.....	32
3.5 Populasi dan Sampel.....	32
3.5.1 Populasi .....	32
3.5.2 Sampel .....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6.1 Pengumpulan Data.....	34
3.6.2 Sumber Data .....	34
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.7.1 Uji Validitas.....	35
3.7.2 Uji Reabilitas .....	37
3.8 Teknik Analisis Data .....	38
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.8.2 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	40
3.8.2.1 Uji Multikolinearitas.....	40
3.8.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	40
3.8.2.3 Uji Normalitas .....	41
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
3.8.4 Uji Hipotesis .....	42
3.8.4.1 Pengujian Hipotesis Uji T (Parsial).....	42
3.8.4.2 Pengujian Hipotesis Uji F (Simultan).....	42
3.8.4.3 Koefesian determinasi R2.....	43
<b>BAB IV.....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	45

4.1.1	<i>Screening Question</i> Penikmat <i>Bubble Tea Chatime</i> .....	45
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Minuman <i>Bubble Tea Chatime</i> Dalam Sebulan. ....	48
4.2	Hasil Penelitian .....	49
4.2.1	Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X) .....	49
4.2.2	Tanggapan Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	58
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.3.1	Uji Normalitas .....	60
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas.....	61
4.2.3.3	Uji Heterokedasitas.....	62
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
4.2.5	Pengujian Hipotesis .....	64
4.2.5.1	Uji t (parsial).....	64
4.2.5.2	Uji F (simultan).....	65
4.2.5.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan 67	
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.3	Pengujian Hipotesis .....	68
<b>BAB V</b>	.....	<b>70</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>70</b>
5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran .....	72
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan <i>Chatime</i> .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>74</b>
<b>Lampiran 1 : Lembar Kuesioner</b>	.....	<b>77</b>
<b>Lampiran 2: Hasil Uji Validitas</b>	.....	<b>85</b>
<b>Lampiran 3 : Hasil Uji Reabilitas</b>	.....	<b>89</b>

<b>Lampiran 4: Analisis Deskriptif.....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 5 : Uji Asumsi klasik.....</b>	<b>96</b>
<b>Lampiran 6 : Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>98</b>
<b>Lampiran 7 : Uji F dan Uji R .....</b>	<b>99</b>