

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Jasa.....	12
2.1.3 Experiential Marketing.....	13
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.6 Penelitian terdahulu.....	20
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	31
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	42

3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	44
3.5.1 Sumber Data.....	44
3.5.1.1 Data Primer.....	44
3.5.1.2 Data Sekunder.....	44
3.5.2 Pengumpulan Data.....	44
3.5.2.1 Data primer.....	45
3.5.2.2 Data sekunder.....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Mengubah Data Ordinal Menjadi Data Interval.....	48
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	48
3.7.3 Analisis Jalur.....	50
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	50
3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.7.4.3 Uji Multikolinieritas.....	51
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	51
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Karakteristik Responden.....	53
4.1.1 Screening Question.....	54
4.1.2 Karakteristik Responden.....	54
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Hasil Penelitian Analisis Deskriptif.....	57
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Experiential Marketi.....	57

4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	65
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	66
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	68
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.2.2.3 Uji Multikolinieritas.....	70
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	70
4.2.4 Uji Hipotesis.....	72
4.2.4.1 Analisis Uji F.....	72
4.2.4.2 Analisis Uji T.....	73
4.2.5 Model Regresi Sub-struktural 1.....	76
4.2.6 Model Regresi Sub-struktural 2.....	76
4.2.7 Analisis Jalur.....	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	100