

DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat Penelitian	8
1.5 Asumsi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	11
2.2 Promosi	12
2.2.1 Pengertian Promosi	12
2.2.2 Indikator Promosi	12
2.3 Loyalitas Konsumen	13
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	13
2.3.2 Indikator Loyalitas Konsumen	14
2.4 Kepuasan Konsumen	15
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.4.2 Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.5 Variabel Intervening	16
2.5.1 Pengertian Variabel Intervening	16
2.6 Penelitian Terdahulu	16

2.6	Penelitian Terdahulu	16
2.7	Kerangka Berpikir dan Hipotesis	23
2.7.1	Kerangka Berpikir	23
2.7.2	Hipotesis	28
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Definisi Operasional Variabel	29
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel	32
3.4	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Sumber Data	34
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5	Metode Analisis Data	36
3.5.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	37
3.5.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.2	Deskripsi Data Responden.....	42
4.1.3	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	50
4.2	Analisis Data	54
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
4.2.3	Hasil Kerangka Berpikir	64
4.3	Pembahasan.....	64
4.3.1	Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap loyalitas konsumen	64
4.3.2	Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap kepuasan konsumen	65
4.3.3	Pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen	66
4.3.4	Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen.....	66
4.3.5	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen	67
4.3.6	Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.....	68
4.3.7	Pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	69

BAB V	PENUTUP.....	70
	5.1 Kesimpulan.....	70
	5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		74