

## DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
CURICULUM VITAE.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK.....	xii
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.....	7
1.5 Asumsi Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Teori-teori yang Digunakan .....	9
2.1.1 Experiential Marketing.....	9
2.1.2 <i>Viral Marketing</i> .....	11
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i> .....	12
2.1.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	13
2.1.5 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian .....	16
2.3.1 Kerangka Berpikir .....	16
2.3.2 Hipotesis Penelitian:.....	17
BAB III : METODE PENELITIAN .....	19
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	19
3.2.1 Variabel Independen.....	19
3.2.2 Variabel Dependen .....	21
3.2.3 Skala Pengukuran Variabel .....	21

3.3	Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1	Populasi .....	22
3.3.2	Sampel .....	22
3.4	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4.1	Sumber Data .....	23
3.4.2	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.5	Metode Analisis Data .....	24
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	25
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	25
3.5.3	Analisis Regresi Berganda .....	27
3.5.4	Analisis Determinan (R <sup>2</sup> ).....	27
3.6	Pengujian Hipotesis .....	28
3.6.1	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	28
3.6.2	Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	29
3.6.3	Uji Dominan .....	30
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		31
4.1	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1	Tabulasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Experiential Marketing</i> ..	34
4.1.2	Tabulasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	35
4.1.3	Tabulasi Hasil Kuesioner Variabel <i>Repurchase Intention</i> ....	36
4.2	Analisis Data .....	37
4.2.1	Uji Kualitas Data .....	37
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	39
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.2.4	Analisis Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	44
4.2.5	Pengujian Hipotesis .....	45
4.3	Pembahasan dan Hasil Kerangka Berpikir .....	47
4.3.1	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	48
4.3.2	Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	49
4.3.3	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> dan <i>Viral Marketing</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	50
BAB V : PENUTUP.....		52
5.1	Simpulan.....	52
5.2	Saran.....	52

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN