

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang	1
B. RumusanMasalah	6
C. TujuanPenelitian	7
D. ManfaatPenelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Pemasaran	9
2.2 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	11
2.3 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	13
a. Fokus Pada Pengalaman Konsumen	14
b. Menguji Situasi Konsumen	14
c. Mengenal aspek rasional dan emosional sebagai pemicu	14
d. Metode dan perangkat elektik	15
2.4 Pentingnya <i>Experiential Marketing</i>	15
2.5 Elemen strategi <i>Experiential Marketing</i>	16
a. <i>Sense</i>	16
b. <i>Feel</i>	19
c. <i>Think</i>	21
d. <i>Act</i>	22
e. <i>Relate</i>	24
2.6 Kepuasan Konsumen	26
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	26
b. Komponen Kepuasan Konsumen	28
c. Cirri-ciri konsumen yang puas	28
d. Elemen kepuasan konsumen	29
e. Macam-macam kepuasan konsumen	30
f. Faktor-faktor kepuasan konsumen	31
2.7 Hubungan Antara <i>Experiential Marketing</i> dan Kepuasan Konsumen ...	32
2.8 Penelitian Terdahulu	35
2.9 Modelpenelitian.....	36
Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Definisi Konseptual	39
3.3 Definisi Operasional	42
3.4 Deskripsi Data	42
a. Jenis data	42
b. Sumber data	43
3.5 Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	44
3. Jumlah sampel	44
3.6 Metode pengumpulan data	45
1. Kuisisioner	45
2. Wawancara	45
3.7 Skala pengukuran	46
3.8 Instrumen Penelitian	46
3.9 Validitas dan Reliabilitas	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	49
3.10 Analisis Data	50
1. Analisis regresi linier berganda	50
2. Analisis regresi sederhana	51
3.11 Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Normalitas	52
b. Uji Heteroskedastisitas	53
c. Uji Multikolinearitas	53
Uji Hipotesis	54
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	54
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	56
c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
B. Analisis Statistik Deskriptif	59
1. Deskripsi Umum Responden	59
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
b. Responden Berdasarkan Usia	60
c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
d. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
e. Responden Berdasarkan Penghasilan	63
f. Responden Berdasarkan Pengeluaran	64
2. Distribusi Jawaban Responden Per Variabel.....	65
a. Variabel <i>Sense</i>	66
b. Variabel <i>Feel</i>	67
c. Variabel <i>Think</i>	68
d. Variabel <i>Act</i>	69
e. Variabel <i>Relate</i>	70
f. Variabel Kepuasan Konsumen	71
C. Analisis Statistik Inferensial	73
1. Uji Asumsi Klasik	73

a. Uji Normalitas	73
b. Uji Heteroskedastisitas	74
c. Uji Multikolinearitas	75
2. Analisis Regresi Linear Berganda	76
3. Analisis Regresi Linear Sederhana	79
4. Uji Hipotesis	82
a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	82
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	83
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	84
D. Pembahasan	85
1. Pengaruh <i>Sense</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	85
2. Pengaruh <i>Feel</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	86
3. Pengaruh <i>Think</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	87
4. Pengaruh <i>Act</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	88
5. Pengaruh <i>Relate</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	89
6. Pengaruh <i>Sense, Feel, Think, Act, dan Relate</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	89
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	