

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen.....	10
B. Proses Belajar Konsumen.....	10
C. <i>Experiential Marketing</i>	11
C.1 Definisi.....	11
C.2 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	13
1. <i>Sense</i>	13
2. <i>Feel</i>	13
3. <i>Think</i>	15
4. <i>Act</i>	16
5. <i>Relate</i>	17
D. <i>Emotional Branding</i>	18
D.1 Definisi.....	18
D.2 Empat Pilar <i>Emotional Branding</i>	19

D.3 Sepuluh Perintah <i>Emotional Branding</i>	22
E. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Terhadap Merek).....	26
E.1 Definisi.....	26
E.2 Dimensi <i>Brand Trust</i>	27
F. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	28
F.1 Definisi.....	28
F.2 Pendekatan Loyalitas Merek.....	28
F.3 Tingkatan Loyalitas Merek.....	29
F.4 Indikator <i>Brand Loyalty</i>	31
G. Penelitian Terdahulu.....	31
H. Hubungan Antar Variabel.....	32
I. Kerangka Pemikiran.....	35
J. Hipotesis.....	36

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian.....	37
B. Definisi Konseptual.....	37
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	42
D.1 Populasi.....	42
D.2 Sampel.....	42
E. Sumber Data.....	43
F. Metode Pengumpulan Data.....	43
G. Teknik Pengujian Instrumen.....	44
H. Teknik Analisis Data.....	52
H.1 Uji Asumsi Klasik.....	52
H.2 Analisis Regresi.....	54
H.3 Uji Hipotesis.....	54

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden.....	58
1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
2. Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	59
3. Identitas Responden Berdasarkan Fakultas.....	59
4. Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	60
5. Identitas Responden Berdasarkan Type Smartphone Nokia.....	61
6. Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan.....	62
B. Deskripsi Jawaban Responden.....	63
B.1 Penilaian Responden Mengenai <i>Experiential Marketing</i>	63
B.2 Penilaian Responden Mengenai <i>Emotional Branding</i>	68
B.3 Penilaian Responden Mengenai <i>Brand Trust</i>	75
B.4 Penilaian Responden Mengenai <i>Brand Loyalty</i>	77
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
1. Uji Multikolinieritas.....	79
2. Uji Heteroskedastisitas.....	80
3. Uji Normalitas.....	81
D. Hasil Uji Regresi.....	82
1. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	82
2. Hasil Uji Hipotesis.....	84
E. Pembahasan.....	88

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN