

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Hipotesis.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Konsep Pemasaran	11
2.1.2 Loyalitas Konsumen.....	13
2.1.3 Experiental Marketing.....	17
2.1.4 Sanse Marketing	19
2.1.5 Feel Marketing	20
2.1.6 Think Marketing	22
2.1.7 Act Marketing	24
2.1.8 Relate Marketing	25
III. METODE PENELITIAN	27
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1 Variabel Penelitian	27
3.1.1.1 Variabel Independen.....	28
3.1.1.2 Variabel Dependen.....	29

3.1.2	Definisi Operasional.....	29
3.2	Populasi dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel.....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.5	Metode Analisis Data.....	34
3.5.1	Analisis Kuantitatif	34
3.5.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.5.1.2	Teknik Analisis Data.....	36
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Hasil Uji Coba Kuisioner	40
4.2	Karakteristik Responden	41
4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden atas Variabel Sanse.....	43
4.4	Rekapitulasi Jawaban Responden atas Variabel Feel	44
4.5	Rekapitulasi Jawaban Responden atas Variabel Think.....	45
4.6	Rekapitulasi Jawaban Responden atas Variabel Act.....	47
4.7	Rekapitulasi Jawaban Responden atas Variabel Relate	48
4.8	Hasil Regresi	49
4.9	Uji Hipotesis	50
4.10	Implikasi Manajerial.....	52
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN