

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.2.1 Tujuan <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.2.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.2.4 Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.3 Keragaman Produk	19
2.3.1 Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Keragaman Produk	19
2.3.2 Indikator Keragaman Produk.....	20
2.4. <i>Experiential Marketing</i>	20
2.4.1 Kunci Pokok <i>Experiential Marketing</i>	21
2.4.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	21
2.4.3 Dimensi dan Indikator <i>Experiential Marketing</i>	22
2.5 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	25
2.5.2 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	26
2.6 Loyalitas	26
2.6.1 Tingkatan Loyalitas	27
2.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	28

2.6.3 Dimensi Loyalitas	30
2.6.4 Indikator Loyalitas	32
2.7 Hasil Penelitian Sebelumnya	33
2.8 Hubungan Antar Variabel	41
2.8.1 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan 41	
2.8.2 Hubungan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.8.3 Hubungan <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.8.4 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	43
2.8.5 Hubungan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .	43
2.8.6 Hubungan <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	44
2.8.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas	44
2.8.8 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan	45
2.8.9 Hubungan Keragaman Produk Terhadap Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan	45
2.8.10 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan	45
2.9 Hipotesis	46
2.10 Model Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Riset.....	48
3.2 Jenis dan Sumber Data	48
3.2.1 Jenis Data.....	48
3.2.2 Sumber Data	49
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	49
3.3.1 Populasi	49
3.3.2 Sampel	49
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	50
3.4 Unit Analisis.....	50
3.5 Definisi Operasional Variabel	51
3.5.1 Variabel <i>Independen</i>	51
3.5.2 Variabel <i>Intervening</i>	51
3.5.3 Variabel <i>Dependen</i>	51
3.6 Teknik Analisis Data	56
3.7 Uji Instrumen.....	57
3.7.1 Uji Validitas.....	57
3.7.2 Uji Reliabilitas	57
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	58

3.8.1 Uji Normalitas	58
3.8.2 Uji Heterokedastistas	58
3.8.3 Uji Autokorelasi.....	59
3.9 <i>Path Analisis</i>	60
3.10 Uji F.....	63
3.11 Uji t (Parsial)	63
3.12 Koefisien Determinasi	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden	64
4.1.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	65
4.2.1 Uji Validitas	65
4.2.2 Uji Reliabilitas	71
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.1 Uji Normalitas	72
4.3.2 Uji Heteroskedastistas	72
4.3.3 Uji Autokorelasi.....	73
4.4. Analisis Jalur	74
4.4.1 Analisis Jalur Tahap Pertama	74
4.4.2 Analisis Jalur Tahap Kedua	77
4.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap Pertama dan Kedua.....	81
4.4.3.1 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Antara Pada Analisi Jalur Gabungan	81
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	84
5.1.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	85
5.1.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	85
5.1.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Penelitian	86
5.1.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
5.1.5 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	88
5.1.6 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Responden.....	89
5.1.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas	89
5.1.8 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> erhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan	90
5.1.9 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan	90
5.1.10 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan.....	91

5.2 Temuan Penelitian	91
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	93
6.2 Saran	94
6.3 Implikasi Penelitian	95
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promosi Pada <i>Sociolla</i>	2
Gambar 1.2 Keragaman Produk Pada <i>Sociolla</i>	3
Gambar 1.3 Penilaian Terhadap Situs <i>Website Sociolla</i>	4
Gambar 1.4 Hasil Pra Survey <i>Electronic Word of Mouth</i> Pada <i>Sociolla</i>	6
Gambar 1.5 Hasil Pra Survey Keragaman Produk Pada <i>Sociolla</i>	7
Gambar 1.6 Hasil Pra Survey Loyalitas Pada <i>Sociolla</i>	7
Gambar 2.1 Model Dimensi <i>Experiential Marketing</i>	22
Gambar 2.2 Model Kepuasan dan Loyalitas.....	28
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	44
Gambar 3.1 Hubungan Kausal Substruktual 1.....	60
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Substruktual 2.....	61
Gambar 3.3 Hubungan Gabungan.....	62
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	72
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastis Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastis Terhadap Loyalitas.....	74
Gambar 4.7 Analisis Jalur Tahap Pertama.....	76
Gambar 4.8 Analisis Jalur Tahap Kedua.....	80
Gambar 4.9 Analisis Jalur Gabungan Tahap Pertama dan Kedua.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Keragaman Produk.....	53
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel <i>Experiental Markting</i>	54
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Kepuasan	55
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Loyalitas	56
Tabel 3.6 Skor Skala <i>Likert</i>	57
Tabel 3.7 Nilai <i>Alpa Cronbach</i>	58
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	65
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk.....	67
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiental Marketing</i>	68
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Uji Autokorelasi	73
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Pertama.....	74
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi Tahap Pertama.....	75
Tabel 4.10 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Kedua.....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Setelah Melakukan <i>Trimming</i>	78
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi Tahap Kedua	79
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan <i>Direct, Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey	99
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 3 Tabel Karakteristik 30 Responden (Pre-Test)	105
Lampiran 4 Tabel Karakteristik 185 Responden	106
Lampiran 5 Tabulasi 30 Responden (Pre-Test)	107
Lampiran 6 Tabulasi 185 Responden	111
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas 30 Responden (Pre-Test)	139
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas 30 Responden (Pre-Test)	144
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik	146
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Jalur Tahap Pertama	148
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Jalur Tahap Kedua	149
Lampiran 12 Fakta yang Mendukung	150