

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Idenfitikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Peneliti.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.2 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	11
2.2.1 Kelebihan Kekurangan <i>Electronic Word Of Mouth</i>	12
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Electronic Word OfMouth</i>	12
2.2.3 Dimensi Dan Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	13
2.3 <i>Experiential Marketing</i>	14
2.3.1 Kunci Pokok <i>Experiential Marketing</i>	14
2.3.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	14
2.3.3 Dimensi Dan Indikator <i>Experiential Marketing</i>	15
2.4 Citra Merek	17
2.4.1 Manfaat Citra Merek	18
2.4.2 Faktor-Faktor Citra Merek	19
2.4.3 Dimensi Dan Indikator Citra Merek	19
2.5 Loyalitas Pelanggan	20
2.5.1 Tingkatan Loyalitas.....	20
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	21
2.5.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	22
2.5.4 Indikator Loyalitas	22
2.5.5 Dimensi Loyalitas	23
2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
2.7 Hubungan Antar Variabel	33

2.7.1 Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas	32
2.7.2 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas.....	33
2.7.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas.....	34
2.8 Hipotesis.....	34
2.9 Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.2.1 Jenis Data	36
3.2.2 Sumber Data.....	37
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4 Unit Analisis.....	39
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5.1 Variabel <i>Indipenden</i>	39
3.5.2 Variabel <i>Dependen</i>	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reabilitas.....	44
3.7 Uji Hipotesis.....	45
3.7.1 Uji Regresi Linier Berganda	45
3.7.2 Uji F	45
3.7.3 Uji T (Parsial).....	46
3.7.4 Koefesien Deterniminasi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Karateristik Responden.....	49
4.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Teknik Analisis Data.....	54
4.3.1 Uji Analisis Regresi Berganda	54
4.3.2 Uji F.....	56
4.3.3 Uji t.....	56
4.3.4 Koefesien Determinan.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN	
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	60
5.1.1 Pengaruh (X ₁), (X ₂), (X ₃) Terhadap (Y)	60
5.1.2 Pengaruh (X ₁) Terhadap (Y)	60
5.1.3 Pengaruh (X ₂) Terhadap (Y)	61

5.1.4 Pengaruh (X_3) Terhadap (Y)	62
5.1.5 Pengaruh (X_2), (X_3) pengaruh Paling Dominan Terhadap (Y).....	62
5.2 Temuan Penelitian	62
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran.....	64
6.3 Implikasi Penelitian.....	65
DAFTAR REFERENSI	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survey *Electronic Word Of Mouth* Pada *Y.O.U Cosmetic* 5
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey *Experiential Marketing* Pada *Y.O.U Cosmetic* 6
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Citra Merek Pada *Y.O.U Cosmetic*..... 6
Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Loyalitas Pada Produk *Y.O.U Cosmetic* 7
Gambar 2.1 Model Dimensi *Experiential Marketing* 15
Gambar 2.2 Model Kepuasan Loyalitas 21
Gambar 2.3 Model Penelitian 35

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
Tabel 3.1 Tabel Skor Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel <i>Experiential Marketing</i>	41
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Citra Merek	42
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Loyalitas	43
Tabel 3.6 Batas Penilaian Tingkat Reabilitas	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_1)	52
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Experiential Marketing</i> (X_2).....	52
Tabel 4.6 Uji Validitas Citra Merek (X_3).....	53
Tabel 4.7 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.9 Uji Regresi linier Berganda.....	55
Tabel 4.10 Uji F	56
Tabel 4.11 Uji t	57
Tabel 4.11 Uji Koefesien Determinan	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra-Survey	68
Lampiran 2 Kuesioner.....	70
Lampiran 3 Tabel Karakteristik 30 Responden (Pre-Test).....	74
Lampiran 4 Tabel Karakteristik 155 Responden	75
Lampiran 5 Tabel Tabulasi Pre-Tes 30 Responden.....	76
Lampiran 6 Tabulasi 155 Responden.....	79
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas 30 Responden	97
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	104
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	105