

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABLE.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Perumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Minat Beli Ulang	11
2.1.1. Pengertian Minat Beli Ulang	11
2.1.2. Aspek Minat Beli Ulang.....	11
2.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	12
2.1.4. Dimensi Minat Beli Ulang	12
2.2. Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.2. Model Kepuasan Konsumen	13
2.2.3. Dimensi Kepuasan Konsumen	14
2.3. Kepuasan Pelayanan.....	14
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.4. Kualitas Produk	15
2.4.1. Pengertian Kualitas Produk	15
2.4.2. Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.5. Experiential Marketing.....	16
2.5.1. Pengertian Experiential Marketing.....	16
2.5.2. Karakteristik Experiential Marketing	17
2.5.3. Dimensi Experiential Marketing	17
2.6. Lokasi	19
2.6.1. Pengertian Lokasi	19
2.6.2. Dimensi Lokasi.....	19
2.7. Penelitian Terdahulu	20
2.8. Hubungan Antar Variable	25

2.8.1.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	25
2.8.2.	Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	25
2.8.3.	Hubungan Antara Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang	25
2.8.4.	Hubungan Antara Lokasi terhadap Minat Beli Ulang	26
2.8.5.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.8.6.	Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.8.7.	Hubungan Antara Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.8.8.	Hubungan Antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen....	27
2.8.9.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	27
2.8.10.	Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	28
2.8.11.	Hubungan Antara Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	28
2.8.12.	Hubungan Antara Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	28
2.9.	Hipotesis Penelitian.....	29
2.10.	Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1.	Desain Penelitian.....	31
3.2.	Jenis dan Sumber Data	31
3.2.1.	Jenis Data	31
3.2.2.	Sumber Data	31
3.2.2.1.	Data Primer.....	31
3.2.2.2.	Data Sekunder	32
3.3.	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1.	Populasi	32
3.3.2.	Sampel	32
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4.	Definisi Operasional Variable	33
3.4.1.	Definisi Variable Independen.....	34
3.4.2.	Definisi Variable Intervening	34
3.4.3.	Definisi Variable Dependen	34
3.5.	Metode Analisis Data	36
3.5.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.5.2.	Pengukuran Variable	36
3.5.3.	Uji Instrumen.....	37
3.5.3.1.	Uji Validitas	37
3.5.3.2.	Uji Reliabilitas.....	37
3.5.3.3.	Uji Normalitas	38
3.5.4.	Analisis Jalur (Path)	38

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1. Karakteristik Responden	41
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4.2. Hasil Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Normalitas	43
4.3. Analisis Jalur Path (Path Analysis)	45
4.3.1 Analisis Jalur Tahap I.....	45
4.3.2. Analisis Jalur Tahap II	47
4.4. Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	49
BAB V PEMBAHASAN	52
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian	52
5.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .	52
5.1.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen ..	52
5.1.3. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen	52
5.1.4. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen	52
5.1.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang ...	53
5.1.6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	53
5.1.7. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Minat Beli Ulang	53
5.1.8. Pengaruh Lokasi Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	53
5.2. Temuan Penelitian.....	54
5.3. Keterbatasan Penelitian	54
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
6.1. Kesimpulan.....	55
6.2. Saran.....	56
6.3. Implikasi Penelitian.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Tedahulu	20
Tabel 3.1	Dimensi dan Indikator Variabel	34
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel	36
Tabel 3.3	Interval Skala.....	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.7	Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Variabel X terhadap Z	45
Tabel 4.8	Nilai Koefisien Determinasi Tahap I.....	46
Tabel 4.9	Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Variabel X terhadap Z terhadap Y	47
Tabel 4.10	Nilai Koefisien Determinasi Tahap II	48
Tabel 4.11	Hasil Perhitungan Pengaruh	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Hasil pra survei Kualitas Pelayanan	5
Gambar 1.2	Hasil pra survei Kualitas Produk	5
Gambar 1.3	Hasil pra survei <i>Experiential Marketing</i>	6
Gambar 1.4	Hasil pra survei Lokasi	6
Gambar 1.5	Hasil pra survei Kepuasan Konsumen	7
Gambar 1.6	Hasil pra survei Minat Beli Ulang	7
Gambar 2.1	Model Penelitian	30
Gambar 3.1	Hubungan Kausal Pada Sub-Struktur 1	38
Gambar 3.2	Hubungan Kausal Pada Sub-Struktur 2	39
Gambar 3.3	Model Analisis Jalur	39
Gambar 4.1	Analisis Jalur Tahap I	47
Gambar 4.2	Analisis Jalur Tahap II	49
Gambar 4.3	Analisis Jalur Tahap I dan II	50