

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Loyalitas Pelanggan .....	8
2.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	8
2.1.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	9
2.1.3 Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	9
2.1.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	9
2.1.5 Keuntungan Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.6 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.7 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	10
2.2 Experiential Marketing.....	11
2.2.1 Karakteristik Experiential Marketing.....	11
2.2.2 Manfaat Experiential Marketing .....	12
2.2.3 Dimensi Experiential Marketing.....	12
2.3 Citra Merek .....	13
2.3.1 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	14
2.3.2 Tujuan Citra Merek .....	14
2.3.3 Manfaat Citra Merek.....	15
2.3.4 Dimensi Citra Merek.....	15
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	16
2.4.1 Faktor Kepuasan Pelanggan .....	17
2.4.2 Perangkat Pengukur Kepuasan Pelanggan .....	17
2.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	18
2.4.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.5 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	19
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	26
2.7 Hipotesis Penelitian.....	27
2.8 Model Penelitian .....	28

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Desain Riset .....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.2.1 Jenis Data.....	29
3.2.1.1 Data Kuantitatif .....	29
3.2.2 Sumber Data .....	29
3.2.2.1 Data Primer.....	29
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel .....	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.4 Unit Analisis .....	31
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	31
3.5.1 Variabel Dependen (Y).....	31
3.5.1.1 Loyalitas Pelanggan (Y) .....	31
3.5.2 Variabel Intervening (Z).....	31
3.5.2.1 Kepuasan Pelanggan (Z).....	31
3.5.3 Variabel Independen.....	32
3.5.3.1 Experiential Marketing .....	32
3.5.3.2 Citra Merek.....	32
3.6 Teknik Analisis Data .....	36
3.6.1 Uji Instrumen .....	36
3.6.1.1 Uji Validitas.....	36
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	37
3.8 Uji (Parsial t).....	40
3.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2. Uji Instrumen .....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	47
4.3.1 Analisis Jalur Tahap I.....	47
4.3.2 Analisis Jalur Tahap II.....	50
4.3.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II .....	53
4.3.3.1 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, & Pengaruh Total....	53
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
5.1.1 Pengaruh X terhadap Y melalui Z .....	55
5.1.2 Pengaruh X2 terhadap Y melalui Z .....	55
5.2 Temuan Penelitian .....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	58
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
6.1 Kesimpulan.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>

<b>LAMPIRAN I.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN II .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR ISIAN.....</b>	<b>67</b>



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**

## DAFTAR TABEL

<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Operasional Variabel.....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 Tabel Skala Likert .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 Nilai Realibilitas .....</b>	<b>37</b>
<b>4.1 Tabel Uji Validitas .....</b>	<b>44</b>
<b>4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>47</b>
<b>4.3 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t .....</b>	<b>47</b>
<b>4.4 Tabel Nilai Koefisien Determinasi.....</b>	<b>49</b>
<b>4.5 Hasil Uji Analisis Jalur Tahap I.....</b>	<b>50</b>
<b>4.6 Nilai Koefisien Determinasi .....</b>	<b>51</b>
<b>4.7 Hasil Perhitungan Pengaruh.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>1.1 Keluhan Pelanggan .....</b>	<b>2</b>
<b>2.1 Model Penelitian .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Analisis Jalur Path tahap 1 .....</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Analisis Jalur Path tahap 2 .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Analisis Jalur Path tahap 3 .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Grafik Responben berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2 Grafik Responben berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>42</b>
<b>4.3 Grafik Responben berdasarkan Penghasilan Perbulan .....</b>	<b>43</b>
<b>4.4 Grafik Responben berdasarkan Frekuensi Pembelian .....</b>	<b>43</b>
<b>4.5 Tahap I Analisis Jalur .....</b>	<b>50</b>
<b>4.6 Tahap II Analisis Jalur .....</b>	<b>53</b>
<b>4.7 Analisi Jalur Gabungan .....</b>	<b>54</b>

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>1. LAMPIRAN I (Pra Survey) .....</b>	<b>66</b>
<b>2. LAMPIRAN II (Kuesioner) .....</b>	<b>68</b>