

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.3 Perumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	11

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Jasa .....	11
2.1.1 Pengertian Jasa .....	11
2.1.2 Ruang Lingkup Jasa.....	11
2.2 <i>Experiential Marketing</i> .....	12
2.2.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i> .....	12
2.2.2 Fungsi <i>Experiential Marketing</i> .....	14
2.2.3 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i> .....	14
2.2.4 <i>Strategic Experience Moduls (SEMs)</i> .....	15
2.2.5 <i>The Implementatuin Tolls of Experiential Marketing</i> .....	20
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	21
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.2 Mamfaat Kepuasan Pelanggan .....	22
2.3.3 Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	23
2.3.4 Strategi Memuaskan Pelanggan.....	25
2.4 <i>Brand Trust</i> .....	28
2.4.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> .....	28
2.4.2 Karakteristik <i>Brand Trust</i> .....	29
2.4.1 Pengukuran <i>Brand Trust</i> .....	34
2.5 Loyalitas Pelanggan .....	35
2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	35
2.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	37
2.5.3 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan .....	37
2.5.4 Siklus Loyalitas Pelanggan.....	39
2.5.5 Keuntungan Loyalitas Pelanggan .....	41
2.6 Pasar Konsumen, Bisnis dan Pemerintah.....	42
2.6.1 Pasar Konsumen .....	42
2.6.2 Pasar Bisnis.....	43
2.6.3 Pasar Pemerintah .....	44

2.7 Penelitian Terdahulu .....	45
2.8 Hubungan Antar Variabel .....	48
2.6.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	48
2.6.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Brand Trust</i> .....	49
2.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	49
2.6.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50
2.6.5 Pengaruh Sistem Pendanaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
2.9 Model Penelitian .....	52

### **BAB III    METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Desain Riset.....	53
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	53
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3.3.1 Populasi .....	54
3.3.2 Sampel .....	54
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	55
3.4 Unit Analisis.....	56
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	59
3.6.2 Uji Validitas.....	60
3.6.3 Uji Reabilitas .....	62
3.6.4 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	63
3.6.5 Variabel Dummy .....	69

### **BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	70
4.1.1 Deskriptif Data / Karakteristik Responden .....	70
4.1.2 Hasil Penelitian .....	74

4.1.2.1 Uji Validitas .....	74
4.1.2.2 Uji Reliabilitas .....	79
4.1.2.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	79
4.1.2.4 Analisis Hasil Penelitian degan SEM .....	81
4.1.2.5 Analisis Hasil Pengujian Variabel Dummy .....	92
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.3 Temuan Penelitian.....	98
4.4 Keterbatasan Penelitian .....	99
<b>BAB V    SIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN</b>	
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
5.3 Implikasi Penelitian.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>