

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. <i>Service Quality</i> .....	9
2.1.2. <i>Experiential Marketing</i> .....	9
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....	10
2.1.4. <i>Customer Loyalty</i> .....	12
2.2. Variabel-variabel penelitian dan Pengembangan hipotesis .....	14
2.2.1. Pengaruh kualitas pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) terhadap kepuasan konsuen ( <i>Customer satisfaction</i> ) obat anti masuk angin Tolak Angin ....	14

2.2.2.	Pengaruh <i>Experiential marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> ) obat anti masuk angin Tolak Angin di Kecamatan Demak.....	15
	H2: <i>Experiential marketing</i> berpengaruh positif pada kepuasan konsumen .....	15
2.2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) terhadap loyalitas pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) obat anti masuk angina kemasan Tolak Angin di Kecamatan Demak.....	16
2.2.4.	Pengaruh <i>Experiential marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) obat anti masuk angin Tolak Angin di Kecamatan Demak .....	17
2.2.5.	Pengaruh Kepuasan pelanggan ( <i>Customer satisfaction</i> ) terhadap Loyalitas pelanggan ( <i>Consumer Loyalty</i> ) obat anti masuk angina kemasan Tolak Angin di Kecamatan Demak .....	18
2.3.	Model Empirik .....	19
BAB III METODE PENELITIAN .....		20
3.1.	Jenis dan Lokasi Penelitian.....	20
3.2.	Populasi dan Sampel .....	20
3.2.1.	Populasi .....	20
3.2.2.	Sampel.....	21
3.3.	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3.1.	Sumber Data .....	22
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4.	Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
3.4.1.	Variabel Penelitian.....	24
3.4.2.	Definisi Operasional dan Indikator .....	25
3.5.	Teknik Analisis Data .....	25
3.5.1.	Uji instrumen .....	25
3.5.2.	Pengujian Hipotesis .....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		31
4.1.	Deskripsi Responden.....	31
4.2.	Statistik Deskripsi Variabel .....	32
4.2.1.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	33
4.2.2.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	34

4.2.3.	Statistik Deskriptif <i>Variabel Customer Satisfaction</i> .....	35
4.3.	Uji Instrumen .....	36
4.3.1.	Uji Validitas.....	36
4.3.2.	Uji Reliabilitas .....	37
4.4.	Uji Asumsi Klasik .....	38
4.4.1.	Uji Multikolinearitas.....	38
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas .....	39
4.4.3.	Uji Normalitas .....	40
4.5.	Analisis Regresi Berganda .....	41
4.6.	Pengujian Hipotesis .....	42
4.6.1.	Koefisien Determinasi .....	42
4.6.2.	Uji F (Uji Anova / Uji Kelayakan Model) .....	43
4.6.3.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t ).....	44
4.7.	Uji Sobel .....	46
4.8.	Strategi Peningkatan <i>Customer Loyalty</i> .....	47
4.9.	Pembahasan.....	48
4.9.1.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
4.9.2.	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	49
4.9.3.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	50
4.9.4.	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	50
4.9.5.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	51
BAB V PENUTUP .....		54
5.1.	Simpulan .....	54
5.2.	Implikasi Manajerial.....	55
5.3.	Saran .....	56
5.4.	Keterbatasan Penelitian .....	57
5.5.	Agenda Penelitian Mendatang.....	57
DAFTAR PUSTAKA .....		57
LAMPIRAN .....		60

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Index Kategori Obat Anti Masuk Angin Tahun 2016 – 2018 .....	5
Tabel 3.1. Variabel dan Indikator Penelitian .....	25
Tabel 4.1. Demografi Responden.....	31
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	33
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	34
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	35
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	36
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Data .....	37
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.8. Uji Multikolinearitas (Model 1).....	39
Tabel 4.9. Uji Multikolinearitas (Model 2).....	39
Tabel 4.10. Uji Heteroskedastisitas (Model 1).....	40
Tabel 4.11. Uji Heteroskedastisitas (Model 2).....	40
Tabel 4.12. Uji Regresi Linier Berganda .....	41
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi (Model 1) .....	42
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi (Model 2) .....	43
Tabel 4.15. Uji F (Model 1) .....	44
Tabel 4.16. Uji F (Model 2) .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teoritis.....	19
Gambar 4.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
Gambar 4.2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	60
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	63
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data.....	71