

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Revisit Intention.....	9
2.1.2 Customer Satisfaction.....	10
2.1.3 Social Media Marketing.....	12
2.1.4 Experiential Marketing	13
2.2 Pengembangan Hipotesis	15
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.3 Sumber Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
	ix

3.5	Variabel dan Indikator	24
3.6	Teknik Analisis Data	26
3.6.1	Uji Instrumen	26
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3	Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum Responden	32
4.1.1	Jenis Kelamin.....	32
4.1.2	Usia Responden	33
4.1.3	Status/Pekerjaan.....	33
4.2	Deskripsi Variabel.....	34
4.2.1	Variabel Social Media Marketing.....	35
4.2.2	Variabel Experiental Marketing.....	38
4.2.3	Variabel Customer Satisfaction	40
4.2.4	Variabel Revisit Intention.....	43
4.3	Uji Instrumen	45
4.3.1	Uji Validitas.....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	46
4.4	Uji Asumsi Klasik	47
4.4.1	Uji Normalitas.....	47
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	48
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	49
4.5	Analisis Data	51
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda, Uji T, dan Koefisien Determinasi	51
4.5.2	Uji F	57

4.5.3	Sobel Test	58
4.6	Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran (Implikasi Manajerial)	67
5.2.1	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN.....		73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Coffee Shop di Semarang	5
Tabel 1.2 Laporan Keuangan Banter Coffee Th 2019	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.2 Usia Responden.....	33
Tabel 4.3 Status/Pekerjaan Responden	34
Tabel 4.4 Variabel Social Media Marketing.....	36
Tabel 4.5 Variabel Experiental Marketing.....	38
Tabel 4.6 Variabel Customer Satisfaction	41
Tabel 4.7 Variabel Revisit Intention.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data (Kolmogorov-Sminorf).....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Glejser.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji T dan Uji F.....	51
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	57