

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
INTISARI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. <i>Repurchase Intention</i>	11
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.3. <i>Experiential Marketing</i>	13
2.1.4. <i>Brand Image</i>	15
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	17

2.2.1. Hubungan <i>Expetiential Marketing</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	17
2.2.2. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	18
2.2.3. Hubungan <i>Experiential Marketing</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.2.4. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2.5. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	20
2.3. Model Penelitian Empirik.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi.....	23
3.2.2. Sampel.....	24
3.3. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.2.1. Sumber Data.....	25
3.2.2. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4. Variabel Penelitian.....	27
3.5. Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1. Uji Instrumen.....	29
3.5.1.1. Uji Validitas.....	29
3.5.1.2. Uji Reabilitas.....	30
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	30
3.5.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.5.2.3. Uji Multikolinieritas.....	31
3.5.3. Uji Hipotesis.....	32
3.5.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.5.3.2. Uji t.....	33
3.5.3.3. Uji F.....	34
3.5.3.4. Koefisien Determinasi.....	35
3.5.3.5. Sobel Test.....	35

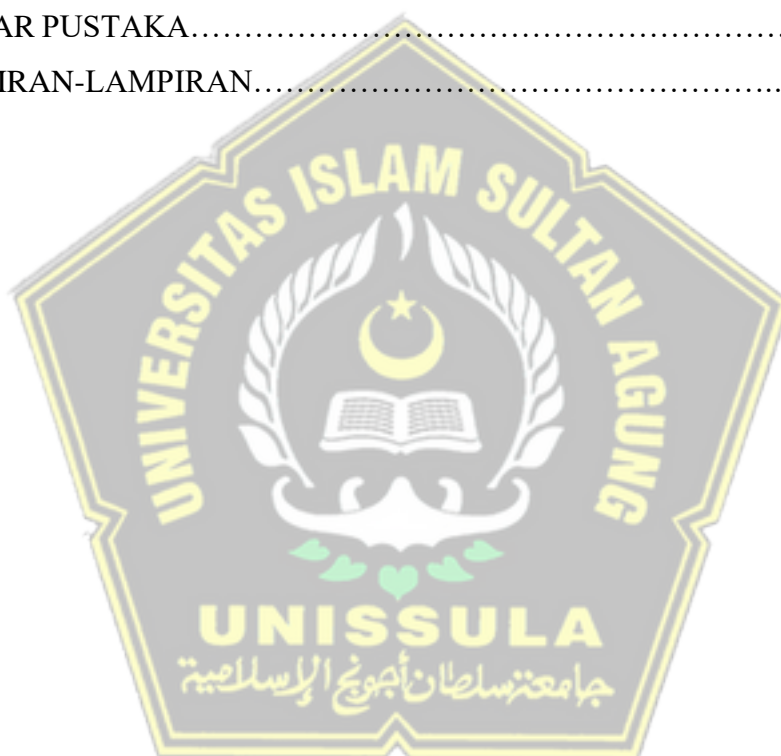
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Responden Penelitian.....	37
4.1.1. Deskripsi Responden.....	37
4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	37
4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.1.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Berapa Kali	42
4.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	43
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	44
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	46
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	49
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	52
4.3.1. Uji Validitas.....	52
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	53
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1. Uji Normalitas.....	54
4.4.2. Uji Heterokedastisitas	55
4.4.3. Uji Multikolinearitas.....	57
4.5. Uji Hipotesis.....	58
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.5.2. Uji t.....	60
4.5.3. Uji F.....	62
4.5.4. Koefisien Determinasi.....	63
4.5.5. Sobel Test.....	65
4.6. Pembahasan Hasil Analisis Penelitian.....	67
4.6.1. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	67
4.6.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	68
4.6.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	69
4.6.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	70

4.6.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	71
--	----

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran.....	74
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4. Agenda Penelitian Mendatang.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

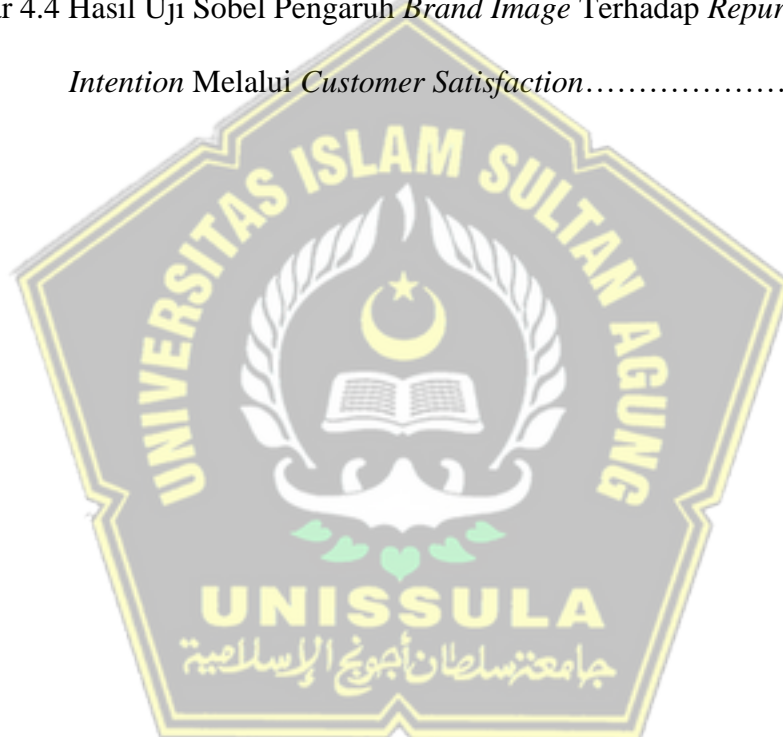


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Variabel dan Indikator.....	27
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Konsumen.....	37
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Berapa Kali Membeli.....	43
Tabel 4.6 Kategori Rentang Skala.....	44
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	45
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	48
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian Empirik.....	22
Gambar 4. 1 Scatterplott Hasil Uji Heterokedastisitas Model Regresi 1.....	56
Gambar 4. 2 Scatterplott Hasil Uji Heterokedastisitas Model Regresi 2.....	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji Sobel Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	65
Gambar 4.4 Hasil Uji Sobel Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Repurchase</i> <i>Intention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	90
Lampiran 3 Uji Instrumen.....	102
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	112

