

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAKSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Experiential Marketing</i>	8
2.2 Kepuasan Konsumen	10
2.3 Loyalitas Konsumen	13
2.3.1 Pengaruh <i>Feel</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	14
2.3.2 Pengaruh <i>Think</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	15

2.3.3 Pengaruh <i>Act</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.3.4 Pengaruh <i>Relate</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	20
2.3.6 Pengaruh <i>Feel</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	20
2.3.7 Pengaruh <i>Think</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	21
2.3.8 Pengaruh <i>Act</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
2.3.9 Pengaruh <i>Relate</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.4 Kerangka Pikir	23

III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder	27
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	28
3.5. Uji Instrumen Penelitian	29
3.6. Metode Analisis Data	30
3.6.1 Analisis Kualitatif	30
3.6.2 Analisis Kuantitatif	31

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	40
4.1.1 Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Umur Responden	41
4.1.3 Tingkat Pendidikan Responden	41
4.2 Analisis Kualitatif.....	42
4.2.1 Variabel <i>Feel</i>	43
4.2.2 Variabel <i>Think</i>	44
4.2.3 Variabel <i>Act</i>	46
4.2.4 Variabel <i>Relate</i>	47
4.2.5 Variabel Kepuasan	49
4.2.6 Variabel Loyalitas Konsumen	50
4.3 Analisis Kuantitatif	52
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	52
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	53
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.3.4 Hasil Regresi	58
4.3.5 Koefisien Determinasi	60
4.3.6 Pengujian Hipotesis	61
4.3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	66
4.4 Pembahasan dan Implikasi Manajerial	69

V PENUTUP

5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Honda di Dealer C.M. Jaya Honda Semarang Selama Tahun 2008-2013	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2 Umur Responden	41
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	42
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Feel</i>	43
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Think</i>	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Act</i>	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Relate</i>	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan	49
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Konsumen	51
Tabel 4.10 Uji Validitas	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.13 Regresi Pengaruh <i>Feel, Think, Act, Relate</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	58
Tabel 4.14 Regresi Pengaruh <i>Feel, Think, Act, Relate, Kepuasan Konsumen</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	59
Tabel 4.15 Hasil uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.16 Hasil uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen	12
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas	54
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas	57