

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Loyalitas Pelanggan .....	9
2.2 Brand <i>Trust</i> .....	10
2.3 <i>Emotional Marketing</i> .....	12
2.4 <i>Experimental Marketing</i> .....	13

2.5	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	19
2.5.1	Pengaruh <i>Emotional Marketing</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	19
2.5.2	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	20
2.5.3	Pengaruh <i>Emotional Marketing</i> terhadap loyalitas pelanggan .....	21
2.5.4	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap loyalitas pelanggan .....	22
2.5.5	Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	23
2.6	Kerangka Pikir .....	24
BAB III METODE PENELITIAN .....		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel .....	25
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1	Sumber Data.....	27
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4	Variabel dan Indikator .....	29
3.5	Teknik Analisis .....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		37
4.1	Identitas Responden .....	37
4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	37
4.1.2	Berdasarkan Usia Responden.....	37
4.1.3	Pendidikan Responden.....	38
4.2	Diskripsi Data .....	39
4.2.1	<i>Emotional Marketing</i> ( $X_1$ ) .....	39
4.2.2	<i>Experiential Marketing</i> ( $X_3$ ) .....	40
4.2.3	<i>Brand trust</i> ( $Y_1$ ) .....	42
4.2.4	Loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) .....	43
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
4.3.1	Uji Validitas .....	44
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	44
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	47

4.5	Regresi linier Berganda.....	52
4.6	Koefisien Determinasi.....	53
4.7	Pengujian hipotesis persamaan I.....	54
4.8	Analisis Jalur (Path Analysis).....	58
4.9	Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	69

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penjualan Plaplay <i>Indoor Theme Park</i> Semarang Periode tahun 2015 .....	5
tabel 3.1 Definisi Operasional .....	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 pendidikan Responden .....	38
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Emotional Marketing</i> .....	39
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Experiential Marketing</i> .....	41
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>brand trust</i> .....	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas pelanggan.....	43
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	45
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Indikator Variabel.....	46
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas I.....	51
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas II .....	51
Tabel 4.12 Hasil persamaan koefisien regresi tahap I .....	52
Tabel 4.13 Hasil persamaan koefisien regresi tahap II .....	53
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis Persamaan I.....	55
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis Persamaan II .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Experience Providers</i> .....	17
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas I .....	47
Gambar 4.2 Uji Normalitas II .....	48
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas I .....	49
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas II .....	49
Gambar 4.5 Analisis Path .....	58