

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB 2	10
2.1. Kajian Teoritis	10
2.1.1. Customer Loyalty	10
2.1.2. Experiential Marketing	13
2.1.3. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	16
2.2. Kerangka Pemikiran	18
2.3. Metodologi Penelitian	19
2.4. Waktu dan Tempat Penelitian	20
2.5. Populasi dan Sampel	20
2.5.1. Populasi	20
2.5.2. Sampel	20
2.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian	21
2.7. Skala Pengukuran Penelitian	22
2.8. Uji Instrumen	23
2.8.1. Uji Validitas	23
2.8.2. Uji Reliabilitas	24

2.9. Uji Asumsi Klasik	24
2.9.1. Uji Normalitas	24
2.9.2. Uji Linearitas.....	25
2.10. Analisis Statistik Deskriptif.....	25
2.11. Metode Analisis Data	25
2.12. Uji Hipotesis	26
2.13. Uji Koefisien Determinasi	26
BAB 3	28
3.1. Karakteristik Responden	28
3.2.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	28
3.2.2. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Umur	29
3.2.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	29
3.2.4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	30
3.2. Uji Instrumen	31
3.2.1. Uji Validitas	31
3.2.2. Uji Reliabilitas	33
3.3. Analisis Deskriptif.....	33
3.3.1. Analisis Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	34
3.3.2. Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	38
3.4. Uji Asumsi Klasik	41
3.4.1. Uji Normalitas	41
3.4.2. Uji Linearitas.....	42
3.5. Uji Hipotesis	43
3.5.1. Hasil Regresi Linier Sederhana	43
3.5.2. Uji t.....	44
3.5.3. Uji Koefisien Determinasi	45
3.6. Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB 4	48
4.1. Kesimpulan.....	48
4.2. Saran	48
4.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	48

4.2.2 Saran Untuk Perusahaan	48
4.2.3. Saran Untuk Pelanggan.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	<i>Best Brands</i> 2021 Indonesia: <i>Dining & QSR</i>	3
1.2.	<i>Top Brand Index</i> 2021: Restoran <i>Fast Food</i>	3
1.3.	Pra-Riset Frekuensi Kunjungan ke Richeese Factory	4
2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.2.	Operasionalisasi Variabel <i>Experiential Marketing</i>	20
2.3.	Operasionalisasi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	21
2.4.	Skala Pengukuran Penelitian	22
2.5.	Bobot Kriteria Interpretasi Skor	25
3.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	27
3.2.	Karakteristik Berdasarkan Umur	28
3.3.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	28
3.4.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	29
3.5.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	31
3.6.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	31
3.7.	Hasil Uji Reliabilitas	32
3.8.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Experiential Marketing</i>	33
3.9.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	37
3.10.	Hasil Uji Normalitas	41
3.11.	Hasil Uji Linearitas.....	42
3.12.	Hasil Regresi Linier Sederhana	42
3.13.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	18