

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	4
BAB 1	12
PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Penelitian	12
1.2 Pertanyaan Penelitian	30
1.3 Tujuan Penelitian	30
1.4 Manfaat Penelitian	31
BAB II KAJIAN TEORI	33
2.1 Teori Pendukung	33
A. Kepuasan Pelanggan	33
B. Loyalitas Pelanggan	34
C. <i>Experiential Marketing</i>	36
D. Kualitas Produk	39
E. Hasil Penelitian Yang Relevan	40
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis	41
A. <i>Experiential Marketing</i> dan Kepuasan Pelanggan	41
B. Kualitas Produk dan Kepuasan pelanggan	42
C. <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan	43
D. Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan	44
E. Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	45
F. <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	46
G. Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.	47
H. Model Penelitian	48

I. Hipotesis.....	50
BAB III.....	51
METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	51
3.2 Desain Penelitian	51
3.3 Populasi Dan Sampel	52
A. Populasi.....	52
B. Sampel.....	53
3.4 Pengembangan Instrumen	54
A. Variabel Penelitian	54
B. Operasionalisasi Variabel.....	55
C. Skala Pengukuran.....	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
A. Uji Validitas Dan Reliabilitas Data.....	59
B. Teknik <i>Structural Equation Modeling</i>	61
C. Uji Hipotesis.....	65
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Deskripsi Data	67
A. Karakteristik Responden	67
B. Analisis Deskriptif	72
4.2 Hasil Pengujian Dan Pembahasan.....	78
A. Uji Validitas Dan Realibilitas	78
B. Pengujian Hipotesis.....	93
C. Pembahasan.....	93
BAB V.....	99
KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Implikasi	102
A. Implikasi Teoritis Penelitian	102
B. Implikasi Manajerial	104
C. Implikasi Deskriptif Variabel.....	105
5.3 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
RIWAYAT PENULIS.....	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sepatu Daur Ulang Nike	19
Gambar 1. 2 Sepatu Setan Nike	20
Gambar 1. 3 Artikel Sepatu Setan Nike	21
Gambar 2. 1 Model Penelitian	47
Gambar 3. 1 <i>Most Used Social Media Platform</i>	49
Gambar 4. 1 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Gambar 4. 2 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Berdasarkan Usia	65
Gambar 4. 3 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Gambar 4. 4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	81
Gambar 4. 5 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kualitas Produk	82
Gambar 4. 6 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	83
Gambar 4. 7 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	84
Gambar 4. 8 <i>Full Model SEM AMOS</i>	85
Gambar 4. 9 <i>Fitted Model SEM AMOS</i>	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan Pelanggan Nike	23
Tabel 1. 2 <i>Top Brand Index</i> Kategori Pakaian Olahraga Tahun 2019-2021	25
Tabel 1. 3 <i>Top Brand Index</i> Kategori Sepatu Olahraga.....	27
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	39
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	53
Tabel 3. 2 Skala Likert- <i>type</i>	56
Tabel 3. 3 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel.....	58
Tabel 3. 4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	62
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Usia	68
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	69
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	71
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	72
Tabel 4. 9 Analisis deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	74
Tabel 4. 10 Tabel KMO <i>and</i> Bartlett's <i>Test</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	75
Tabel 4. 11 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	76
Tabel 4. 12 Tabel KMO <i>and</i> Bartlett's <i>Test</i> Variabel Kualitas Produk.....	77
Tabel 4. 13 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kualitas Produk	78
Tabel 4. 14 KMO <i>and</i> Bartlett's <i>Test</i> Variabel Loyalitas Pelanggan	78
Tabel 4. 15 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Loyalitas Pelanggan	79

Tabel 4. 16 Tabel KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan Pelanggan	79
Tabel 4. 17 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Kualitas Produk	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan	84
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	85
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>Full Model SEM AMOS</i>	86
Tabel 4. 24 Hasil Uji <i>Fitted Model SEM AMOS</i>	87
Tabel 4. 25 Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i>	88
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis	89

