

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	14
1.3 Pembatasan Masalah .....	15
1.4 Perumusan Masalah .....	16
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
BAB II.....	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.1.2 Atmosfer Restoran .....	23
2.1.3 Nilai yang Dirasakan.....	32
2.1.4 <i>Experiential Marketing</i> .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu .....	43
2.3 Kerangka Teoritik .....	48
2.4 Model Penelitian .....	51
2.5 Hipotesis.....	52
BAB III .....	53

3.1 Tujuan Penelitian .....	53
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	53
3.2.1 Tempat Penelitian.....	53
3.2.2 Objek Penelitian .....	54
3.2.3 Waktu penelitian .....	54
3.3 Metode Penelitian.....	54
3.4 Populasi dan <i>Sampling</i> .....	55
3.4.1 Populasi .....	55
3.4.2 Sampel.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	59
3.7 Skala Pengukuran.....	65
3.8 Teknik Analisis Data.....	65
3.8.1 Uji Instrumen .....	66
3.8.2 Uji Asumsi Dasar .....	69
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	70
3.8.4 Uji Hipotesis .....	71
BAB IV .....	72
4.1 Deskripsi Data.....	72
4.2 Uji Instrumen .....	72
4.3 Uji Asumsi Dasar .....	89
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.5 Uji Hipotesis .....	95

4.6 Pembahasan.....	98
BAB V.....	101
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Implikasi.....	102
5.3 Saran.....	104
1. Saran Teoretis.....	104
2. Saran Praktis .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN.....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 **Restoran Southbox Jakarta Selatan**.....6

Gambar II. 1 **Model Penelitian**..... 51

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I. 1 Jumlah Usaha Kreatif Sektor Kuliner</b> .....	2
<b>Tabel I. 2 Hasil Prariset</b> .....	10
<b>Tabel I. 3 Variabel Penelitian</b> .....	13
<b>Table II. 1 Persamaan Dimensi Atmosfer</b> .....	31
<b>Table II. 2 Persamaan Dimensi Nilai yang Dirasakan</b> .....	37
<b>Table II. 3 Persamaan Dimensi Experiential Marketing</b> .....	42
<b>Table III. 1 Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	58
<b>Table III. 2 Operasional Penelitian</b> .....	60
<b>Table III. 3 Skala Likert</b> .....	65
<b>Table IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin</b> .....	73
<b>Table IV. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia dan Pekerjaan</b> .....	74
<b>Table IV. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia dan Domisili</b> .....	75
<b>Table IV. 4 Analisis Deskriptif Atmosfer</b> .....	76
<b>Table IV. 5 Analisis Deskriptif Nilai yan Dirasakan</b> .....	78
<b>Table IV. 6 Analisis Deskriptif Experiential Marketing</b> .....	80
<b>Table IV. 7 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan</b> .....	82
<b>Table IV. 8 Hasil Uji KMO Variabel Penelitian</b> .....	84
<b>Table IV. 9 Uji Validitas Atmosfer</b> .....	84
<b>Table IV. 10 Uji Validitas Nilai yang Dirasakan</b> .....	86
<b>Table IV. 11 Uji Validitas Experiential Marketing</b> .....	87
<b>Table IV. 12 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan</b> .....	88
<b>Table IV. 13 Uji Reliabilitas</b> .....	89
<b>Table IV. 14 Uji Tes Normalitas</b> .....	90
<b>Table IV. 15 Uji Linearitas Atmosfer dan Kepuasan Pelanggan</b> .....	92
<b>Table IV. 16 Uji Linearitas Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan</b> .....	92
<b>Table IV. 17 Uji Linearitas Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan</b> .....	93
<b>Table IV. 18 Uji Multikolinearitas</b> .....	94
<b>Table IV. 19 Uji Heterokedastisitas</b> .....	95
<b>Table IV. 20 Hasil Uji Regresi Berganda</b> .....	97
<b>Table IV. 21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis</b> .....	98
<b>Table IV. 22 Hasil Penghitungan Koefisien Determinasi</b> .....	99