

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I . PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	17
C. Pembatasan Masalah	18
D. Perumusan Masalah.....	19
E. Kegunaan Penelitian.....	20
1. Manfaat Teoritis	20
2. Manfaat Praktis.....	22
BAB II. KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual	23
1. <i>Repurchase Intention</i> (Y)	23
2. <i>Experiential Marketing</i> (X ₁).....	27

3. <i>Service Quality</i> (X_2).....	33
4. <i>Customer Satisfaction</i> (X_3).....	40
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	45
C. Kerangka Teoretik.....	61
1. Hubungan <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	62
2. Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	63
3. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	63
D. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	65

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	67
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	67
1. Tempat Penelitian.....	67
2. Waktu Penelitian.....	68
C. Metode Penelitian.....	69
1. Pendekatan Penelitian.....	69
2. Variabel Penelitian.....	70
D. Populasi dan Sampling.....	76
1. Populasi.....	76
2. Sampel.....	77
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	77
E. Teknik Pengumpulan Data.....	78
F. Teknik Analisis Data.....	79
1. Uji Instrumen.....	79

a. Uji Validitas	79
b. Uji Reliabilitas	81
2. Uji Asumsi Dasar	82
a. Uji Normalitas	82
b. Uji Linearitas	82
3. Uji Asumsi Klasik	83
a. Uji Heteroskedastisitas	83
b. Uji Multikolinearitas	84
4. Uji Hipotesis	85
a. Analisis Regresi Berganda	85
b. Uji t	86
c. Kofisien Determinasi	86
G. <i>Pilot Study</i>	87
1. Identitas Responden	88
2. Perilaku Pembelian	91
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	93

BAB IV. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	107
1. Identitas Responden	108
2. Variabel Penelitian	114
B. Uji Validitas dan Reliabilitas ..	139
1. <i>Repurchase Intention</i> (Y)	140
2. <i>Experiential Marketing</i> (X ₁)	142

3. <i>Service Quality</i> (X ₂)	145
4. <i>Customer Satisfaction</i> (X ₃)	149
C. Uji Asumsi Dasar	153
1. Uji Normalitas	153
2. Uji Linearitas	156
D. Uji Asumsi Klasik	158
1. Uji Heteroskedastisitas	158
2. Uji Multikolinearitas	159
E. Pengujian Hipotesis	175
1. Analisis Regresi Berganda dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	162
2. Analisis Regresi Berganda dengan Uji Item Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	166
F. Koefisien Determinasi	168
1. Koefisien Determinasi dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	169
2. Koefisien Determinasi dengan Uji Item Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	170
G. Pembahasan	171
1. Hasil Uji Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	172
2. Hasil Uji Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	175

BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan	178
1. Kesimpulan Uji Hasil Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	178

2. Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis dengan Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	179
1. Implikasi	180
2. Saran	181
1. Saran Teoretis	182
2. Saran Praktis	183
DAFTAR PUSTAKA	xxi

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1.	Kuesioner
2.	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Experiential Marketing</i>
3	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Service Quality</i>
4	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Customer Satisfaction</i>
5	Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Repurchase Intention</i>
6	Tabulasi Data Outlier
7	Tabulasi Data Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I. 1	Perkembangan Jumlah Restoran Berskala Besar dan Menengah di Indonesia Menurut Provinsi pada Tahun 2007-2011	2
I. 2	Persentase Jumlah Restoran Menurut Jenis Masakan Utama pada Tahun 2012	4
I. 3	Jumlah Restoran Khas Timur Tengah di Jakarta pada Tahun 2015	5
I. 4	Varibel-variabel Penelitian Sebelumnya	21
II. 1	Hasil Penelitian Kusumawati dan Sutopo (2013).....	46
II. 2	Hasil Penelitian Thejasukmana dan Sugiharto (2014)	48
II. 3	Hasil Penelitian Hendarsono dan Sugiharto (2013)	49
II. 4	Hasil Penelitian Farisya (2012)	51
II. 5	Hasil Penelitian Tetanoe dan Dharmayanti (2014)	53
II. 6	Hasil Penelitian Wijaya dan Subagio (2014).....	54
II. 7	Hasil Penelitian Adixio dan Saleh (2013)	56
II. 8	Hasil Penelitian Samad (2014)	58
II. 9	Hasil Penelitian Faradiba dan Astuti (2013)	59
II. 10	Hasil Penelitian Triastuti dan Ferdinand (2012)	61
II. 11	Variabel dan Hasil Penelitian Sebelumnya	61
III. 1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	69
III. 2	Indikator Variabel <i>Experiential Marketing</i>	71
III. 3	Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	73
III. 4	Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	75
III. 5	Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	75

III. 6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	93
III. 7	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	94
III. 8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	95
III. 9	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	97
III. 10	Revisi Item Variabel <i>Experiential Marketing</i>	98
III. 11	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	99
III. 12	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Service Quality</i>	103
III. 13	Revisi Item Variabel <i>Service Quality</i>	104
III. 14	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	104
III. 15	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	106
IV. 1	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Variabel <i>Repurchase Intention</i>	114
IV. 2	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Variabel <i>Repurchase Intention</i>	116
IV. 3	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Sense</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	116
IV. 4	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Sense</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	118
IV. 5	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Feel</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	118
IV. 6	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Feel</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	120
IV. 7	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Think</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	120

IV. 8	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Think</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	122
IV. 9	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Act</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	122
IV. 10	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Act</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	124
IV. 11	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Relate</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	125
IV. 12	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Relate</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	126
IV. 13	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Tangible</i> Variabel <i>Service Quality</i>	127
IV. 14	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Tangible</i> Variabel <i>Service Quality</i>	128
IV. 15	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Reliability</i> Variabel <i>Service Quality</i>	129
IV. 16	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Reliability</i> Variabel <i>Service Quality</i>	130
IV. 17	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Responsiveness</i> Variabel <i>Service Quality</i>	131
IV. 18	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Responsiveness</i> Variabel <i>Service Quality</i>	132
IV. 19	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Assurance</i> Variabel <i>Service Quality</i>	133
IV. 20	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Assurance</i> Variabel <i>Service Quality</i>	134
IV. 21	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Dimensi <i>Emphaty</i> Variabel <i>Service Quality</i>	135
IV. 22	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Dimensi <i>Emphaty</i> Variabel <i>Service Quality</i>	136
IV. 23	Deskripsi Data Tanggapan Responden pada Variabel	

	<i>Customer Satisfaction</i>	137
IV. 24	Deskripsi Nilai Mean, Median, Modus, Standar Deviasi dan Varian pada Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	138
IV. 25	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	140
IV. 26	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	142
IV. 27	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	143
IV. 28	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i>	144
IV. 29	Item Variabel <i>Experiential Marketing</i> yang Tereliminasi.....	145
IV. 30	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	146
IV. 31	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> KMO Variabel <i>Service Quality</i>	148
IV. 32	Item Variabel <i>Service Quality</i> yang Tereliminasi	149
IV. 33	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	150
IV. 34	Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	151
IV. 35	Item Variabel yang Dinyatakan Valid dan Reliabel.....	152
IV. 36	Nilai Signifikansi <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	154
IV. 37	Nilai Signifikansi <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Data <i>Outlier</i>	155
IV. 38	Uji Linearitas pada <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	156
IV. 39	Uji Linearitas pada <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	157
IV. 40	Uji Linearitas pada <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	158
IV. 41	Nilai <i>Variance-Inflating Factor (VIF)</i>	160

IV. 42	Tabel Matrik Korelasi.....	161
IV. 43	Nilai koefisien Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	163
IV. 44	Uji F (Simultan) Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	166
IV. 45	Nilai koefisien Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	166
IV. 46	Uji F (Simultan) Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	168
IV. 47	Nilai Koefisien Determinasi Uji Item Variabel dan Dimensi Secara Keseluruhan	169
IV. 48	Nilai Koefisien Determinasi Uji Item Variabel dan Dimensi yang Dinyatakan Valid dan Reliabel	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II. 1	Kerangka Konsep Penelitian Kusumawati dan Sutopo (2013)	46
II. 2	Kerangka Konsep Penelitian Thejasukmana dan Sugiharto (2014).....	47
II. 3	Kerangka Konsep Penelitian Hendarsono dan Sugiharto (2013).....	49
II. 4	Kerangka Konsep Penelitian Farisya (2012).....	51
II. 5	Kerangka Konsep Penelitian Tetanoe dan Dharmayanti (2014)	52
II. 6	Kerangka Konsep Penelitian Wijaya dan Subagio (2014)	54
II. 7	Kerangka Konsep Penelitian Adixio dan Saleh (2013).....	56
II. 8	Kerangka Konsep Penelitian Samad (2014).....	57
II. 9	Kerangka Konsep Penelitian Faradiba dan Astuti (2013)	59
II. 10	Kerangka Konsep Penelitian Triastuti dan Ferdinand (2012)	60
II. 11	Kerangka Teoretik	65
III. 1	Jenis Kelamin Responden.....	88
III. 2	Pendidikan Terakhir Responden.....	88
III. 3	Profesi Responden	89
III. 4	Pengeluaran Perbulan	90
III. 5	Frekuensi Pembelian	91
III. 6	Alasan Responden	92
IV. 1	Jenis Kelamin Responden.....	108
IV. 2	Pendidikan Terakhir Responden.....	109
IV. 3	Profesi Responden	110

IV. 4	Pengeluaran Perbulan	111
IV. 5	Frekuensi Pembelian	112
IV. 6	Alasan Responden	113
IV. 7	Grafik <i>Scatterplot</i>	159