

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.3.1 Maksud Penelitian	13
1.3.2 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Kegunaan Praktis	14
1.4.2 Kegunaan Akademis	14
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
1.5.1 Lokasi Penelitian	15
1.5.2 Waktu Penelitian	15
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	16
2.1.1.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	17
2.1.1.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	18
2.1.1.4 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	19
2.1.2 <i>Customer Relationship Management</i>	21

2.1.2.1	Faktor Faktor yang Mempengaruhi Costumer Relationship Management.....	22
2.1.2.2	Tujuan <i>Costumer Relationship Management</i>	24
2.1.2.3	Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	24
2.1.2.4	Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.1.2.5	Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	28
2.1.3	Loyalitas Pelanggan	29
2.1.3.1	Faktor Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	30
2.1.3.2	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.4	Penelitian Terdahulu	33
2.2	Kerangka Pemikiran	35
2.2.1	Keterkaitan antara <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2.2	Keterkaitan antara <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.3	Keterkaitan antara <i>Experiential Marketing, Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.3.	Paradigma Penelitian	38
2.4	Hipotesis	39
BAB III		40
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Objek Penelitian	40
3.2	Metode Penelitian.....	40
3.2.1	Desain Penelitian.....	42
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	45
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data	49
3.2.3.1	Sumber Data.....	49
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data	50
1.	Populasi.....	50
2.	Sampel.....	51
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	52
1.	Kuesioner	52
2.	Studi Kepustakaan dan Penjelajahan Internet	52

3.2.4.1	Uji Validitas	53
3.2.4.2	Uji Reliabilitas	56
3.2.4.3	Uji MSI	58
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	59
3.2.5.1	Rancangan Analisis	59
3.2.5.2	Analisis Deskriptif (Kualitatif)	59
3.2.5.3	Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....	60
1.	Asumsi Klasik.....	61
a.	Uji Normalitas	61
b.	Uji Multikolinieritas	62
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	63
	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	63
	Analisis Koefisien Determinasi	64
2.	Analisis regresi berganda.....	65
3.2.5.4	Pengujian Hipotesis.....	66
BAB IV		72
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	72
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	72
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	73
4.1.2.1	Job Description	73
4.1.2.2	Visi dan Misi Organisasi PT.Gojek Indonesia.....	77
4.2	Karakteristik Responden	78
4.3	Analisis Deskriptif.....	81
4.4	Analisis Verifikatif	110
4.5	Pengujian Hipotesis	124
BAB V.....		130
KESIMPULAN DAN SARAN.....		130
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Saran	133
DAFTAR PUSTAKA		134
LAMPIRAN.....		140