

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1 Maksud Penelitian.....	14
1.3.2 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.5 Lokasi Waktu Penelitian.....	15
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	15
1.5.2 Waktu Penelitian	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

.....	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Experiential Marketing.....	17
2.1.1.1 Definisi Experiential Marketing.....	17
2.1.1.2 Strategi Experiential Marketing.....	18
2.1.1.3 Karakteristik experiential Marketing	19
2.1.1.4 Indikator Experiential Marketing.....	21
2.1.2 <i>Service Quality</i>	22
2.1.2.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	22
2.1.2.2 Dimensi <i>Service Quality</i>	23
2.1.2.3 Manfaat <i>Service Quality</i>	25
2.1.2.4 Indikator <i>Service Quality</i>	25
2.1.3 <i>Revisit Intention</i>	27
2.1.3.1 Pengertian <i>Revisit Intention</i>	27
2.1.3.2 Faktor <i>Revisit Intention</i>	28
2.1.3.3 Indikator <i>Revisit Intention</i>	29
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel	35
2.2.1.1 Keterkaitan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Revisit</i> <i>Intention</i>	35
2.2.1.2 Keterkaitan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> .	35

2.2.1.3 Keterkaitan <i>Experiential Marketing</i> Dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	36
2.2.2 Paradigma Penelitian.....	37
2.3 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.2.1 Desain Penelitian	42
3.2.2 Operasional Variabel.....	45
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	48
3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)	48
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	49
3.2.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.2.4.1 Uji Validitas	53
3.2.4.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal Ke Interval)	57
3.2.5 Rancangan Analisis Penelitian Dan Pengujian Hipotesis	59
3.2.5.1 Rancangan Analisis	59
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif.....	59
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif	60
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	70

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	70
4.1.2 Visi dan Misi	70
4.1.2.1 Visi	70
4.1.2.2 Misi.....	70
4.1.3 Struktur Organisasi	71
4.2 Karakteristik Responden.....	71
4.3 Analisis Deskriptif	75
4.3.1 Experiential Marketing.....	76
4.3.2 <i>Service Quality</i>	84
4.3.3 <i>Revisit Intention</i>	92
4.4 Analisis Verifikatif	99
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	99
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	99
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas	102
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas	102
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda	104
4.4.3 Analisis Korelasi	106
4.4.3.1 Analisis Korelasi Parsial	107
4.4.3.2 Analisis Korelasi Simultan.....	109
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	109
4.5 Pengujian Hipotesis	110
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	111
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	115

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	131
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	168