

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat bagi Penulis	4
1.4.2 Manfaat bagi Perusahaan	4
1.4.3 Manfaat bagi Institusi	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 <i>Experiential marketing</i>	6
2.2 Citra Merek	6
2.3 Kepuasan pelanggan.....	8
2.4 Loyalitas pelanggan	9
2.5 Hubungan Antar Variabel	11
2.6 Kerangka Penelitian	14
2.7 Hipotesis Penelitian.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17

3.2	Sumber Data.....	17
3.3	Populasi dan Sampel	18
3.3.1	Populasi.....	18
3.3.2	Sampel	19
3.4	Variabel Penelitian	20
3.4.1	Variabel Independen	20
3.4.2	Variabel Dependen.....	21
3.4.3	Variabel Intervening.....	21
3.5	Definisi Operasional Variabel	22
3.6	Uji Persyaratan Instrumen.....	24
3.6.1	Uji Validitas	24
3.6.2	Uji Reliabilitas	25
3.7	Uji Persyaratan Analisis Data.....	26
3.7.1	Uji Normalitas.....	26
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	26
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	27
3.8	Metode Analisis Data	27
3.9	Pengujian Hipotesis.....	28
3.9.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	28
3.9.2	Uji f (Simultan).....	28
3.9.3	Uji t (Parsial).....	29
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Deskripsi Data Responden	30
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Data Reponden.....	30
4.2	Deskripsi Jawaban Responden	32
4.2.1	<i>Experiental Marketing</i>	32
4.2.2	Citra Merek	35
4.2.3	Loyalitas Pelanggan.....	38
4.2.4	Kepuasan Pelanggan	41
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.3.1	Uji Validitas	44

4.3.2 Uji Reliabilitas	45
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	46
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	47
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
4.5 Hasil Analisis	48
4.5.1 Hasil Koefisien Determinasi	48
4.5.2 Hasil Uji F.....	49
4.5.3 Hasil Analisis Jalur dan Uji T	50
4.6 Pembahasan.....	53
4.6.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54
4.6.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan....	55
4.6.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.6.5 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	56
4.6.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran.....	59
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	59
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Aplikasi transportasi online paling banyak digunakan masyarakat Indonesia	22
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2 Korelasi	28
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek.....	31
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Transportasi Selain Gojek.....	32
4.6 Pertanyaan X1.1	32
4.7 Pertanyaan X1.2	33
4.8 Pertanyaan X1.3	33
4.9 Pertanyaan X1.4	34
4.10 Pertanyaan X1.5	35
4.11 Pertanyaan X2.1	35
4.12 Pertanyaan X2.2	36
4.13 Pertanyaan X2.3	36
4.14 Pertanyaan X2.4	37
4.15 Pertanyaan X2.5	37
4.16 Pertanyaan Y1	38
4.17 Pertanyaan Y2	39
4.18 Pertanyaan Y3	39
4.19 Pertanyaan Y4	40
4.20 Pertanyaan Y5	40
4.21 Pertanyaan Z1	41
4.22 Pertanyaan Z2	42
4.23 Pertanyaan Z3	42

4.24 Pertanyaan Z4	43
4.25 Pertanyaan Z5	43
4.26 Hasil Uji Validitas	44
4.27 Hasil Uji Reliabilitas	45
4.28 Hasil Uji Normalitas	46
4.29 Hasil Uji Multikolinearitas	47
4.30 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.32 Hasil Uji F.....	49
4.33 Hasil Analisis Jalur Model 1	50
4.34 Hasil Analisis Jalur Model II	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian	15
4.1 Jalur Model I	50
4.2 Hasil Analisis Jalur Model II	51
4.3 Hasil Analisis Jalur	52