

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Retailing</i>	7
2.1.1 Jenis Toko Ritel	7
2.2 Perilaku Konsumen	9
2.3 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.3.1 Dimensi <i>Experiential Marketing</i>	11
2.4 Kepuasan Pelanggan	12

2.4.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	13
2.5 Penelitian Terdahulu.....	13
2.6 Kerangka Berpikir	14
2.7 Hipotesis	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	17
3.2 Metode Penentuan Sampel	17
3.2.1 Populasi	17
3.2.2 Sampel dan Ukuran Sampel	17
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	18
3.3.1 Variabel Independen.....	18
3.3.2 Variabel Dependen	18
3.3.3 Operasional Variabel Penelitian	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.4.1 Kuesioner.....	21
3.4.2 <i>Library Research</i> (Riset Kepustakaan)	22
3.5 Metode Pengolahan Data.....	22
3.6 Teknik Skala Pengukuran Instrumen.....	23
3.6.1 Uji Validitas.....	23
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.7 Uji Asumsi Klasik	24
3.7.1 Uji Normalitas	24
3.7.2 Uji Multikolinieritas	25
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	25
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.9 Uji Hipotesis	27

3.9.1 Uji T (Parsial).....	27
3.9.2 Uji F (Simultan)	27
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
4.2 Karakteristik Responden	30
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	30
4.2.2 Usia Responden	31
4.2.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	32
4.2.4 Pekerjaan Responden.....	33
4.2.5 Pendapatan per Bulan Responden	34
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	34
4.3.1 Variabel <i>Sense</i>	35
4.3.2 Variabel <i>Feel</i>	37
4.3.3 Variabel <i>Think</i>	38
4.3.4 Variabel <i>Act</i>	40
4.3.5 Variabel <i>Relate</i>	41
4.3.6 Variabel Kepuasan Pelanggan	42
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.4.1 Uji Validitas.....	44
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	46
4.5.1 Uji Normalitas.....	46
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	48
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	49

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	51
4.7.1 Hasil Uji T (Parsial)	51
4.7.2 Hasil Uji F (Simultan).....	52
4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.8 Pembahasan	53
4.8.1 Pengaruh Variabel <i>Sense</i> (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	54
4.8.2 Pengaruh Variabel <i>Feel</i> (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	54
4.8.3 Pengaruh Variabel <i>Think</i> (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	55
4.8.4 Pengaruh Variabel <i>Act</i> (X_4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	56
4.8.5 Pengaruh Variabel <i>Relate</i> (X_5) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	60
5.2.1 Bagi Transmart Lenmarc Surabaya	61
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67