

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.4.2 Manfaat Praktis	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	22
2.1.2 Stimulus Lingkungan Toko.....	25
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	27
2.1.4 <i>Perceived Product Quality</i>	30
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Pengaruh Stimulus Lingkungan Toko terhadap Kepuasan Pelanggan .	36
2.3.2 Pengaruh Stimulus Lingkungan Toko terhadap Keputusan Pembelian	36

2.3.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.3.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Product Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan ..	39
2.3.6 Pengaruh <i>Perceived Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian .	40
2.3.7 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	42
2.5 Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian	44
3.1.1 Variabel Independen	44
3.1.2 Variabel Dependen.....	44
3.1.3 Variabel Intervening	44
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.3 Populasi	45
3.4 Sampel	47
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.5.1 Data Primer	49
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Uji Kelayakan Kuesioner	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	53
3.8.1 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	55
3.8.2 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	58
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	65
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	66
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Kuantitas Pengunjungan ke Sogogi Shabu & Grill Cibubur	66
4.3 Hasil Analisis Data.....	67
4.3.1 Hasil Analisis Outer Model	67
4.3.2 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	78
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	82

4.3.4 Hasil Uji Intervening.....	86
4.4 Pembahasan.....	89
4.4.1 Pengaruh Stimulus Lingkungan Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.4.2 Pengaruh Stimulus Lingkungan Toko Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.4.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	90
4.4.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived Product Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .	92
4.4.6 Pengaruh <i>Perceived Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.4.7 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	93
4.4.8 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	94
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Implikasi Teoritis	100
5.3 Implikasi Manajerial	102
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	103
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	115

