DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN ..... **iii**

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI ..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

ABSTRAK ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 17

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 19

1.3.1 Tujuan Penelitian 19

1.3.2 Kegunaan Penelitian 19

1.4 Sistematika Penulisan 21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **23**

2.1 Landasan Teori 23

2.1.1 *Service Dominant Logic Theory* 23

UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG FEB UNDIP

2.1.2 *Customer Satisfaction* 26
2.1.3 *Experiental Marketing* 27
2.1.4 *Service Quality* 29
2.1.5 *Price Fairness* 32
2.2 Penelitian Terdahulu 33
2.3 Hubungan Antar Variabel 40
2.3.1 Hubungan Antara *Experiental Marketing* dengan *Customer Satisfaction* 40
2.3.2 Hubungan Antara *Service Quality* dengan *Customer Satisfaction* 41
2.3.3 Hubungan Antara *Price Fairness* dengan *Customer Satisfaction* 42
2.3.4 Hubungan Antara *Customer Satisfaction* dengan *Customer Loyalty* 43
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis 45
2.5 Hipotesis 46
BAB III METODE PENELITIAN 47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 47
3.1.1 Variabel Penelitian 47
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 48
3.2 Populasi dan Sampel 50
3.2.1 Populasi 50
3.2.2 Sampel 51

UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
FEB UNDIP

3.3 Jenis dan Sumber Data 52
3.3.1 Jenis Data 52
3.3.2 Sumber Data 52
3.4 Metode Pengumpulan Data 53
3.5 Metode Analisa Data 54
3.5.1 *Research Instrument Test* 54
3.5.2 *SEM Assumption Test* 55
3.5.3 Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit* 57
3.6 Uji Hipotesis 60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 62
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 62
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 62
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian 64
4.2 *Research Instrument Test* 70
4.2.1 Uji Validitas 70
4.2.2 Uji Reliabilitas 72
4.3 Iji Asumsi *Structural Equation Model* (SEM) 74
4.3.1 Uji Normalitas 75
4.3.2 Uji *Outlier* 76
4.3.3 Uji Multikolinearitas dan Singularitas 80
4.3.4 Uji *Residual Value* 81
4.4 *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) 82
4.4.1 *Confirmatory Factor Analysis Exogen* 82

UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG FEB UNDIP

4.4.2 *Confirmatory Factor Analysis Endogen* 85
4.5 *Full Model* 89
4.6 Pembahasan 91
4.6.1 Uji Hipotesis 91
4.6.2 Pengaruh Langsung 97
4.6.3 Pengaruh Tidak Langsung 98
4.6.4 Pengaruh Total 99
BAB V PENUTUP 100
5.1 Simpulan 100
5.2 Implikasi Teoritis 101
5.3 Implikasi Manajerial 104
5.4 Keterbatasan Penelitian 107
5.5 Saran Penelitian Mendatang 108
DAFTAR PUSTAKA 110
LAMPIRAN 118

UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
FEB UNDIP