

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	I
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	IV
<i>ABSTRACT</i>	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR GAMBAR	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Teori Prilaku Konsumen	14
2.1.2 <i>Teori Consumer Retention</i>	15
2.1.1.1 <i>Faktor Consumer Retention</i>	17
2.1.1.2 Indikator Consumer Retention.....	20
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.1.2.1 Teori Customer Satisfaction.....	21
2.1.2.2 Indikator Consumer Satisfaction.....	24
2.1.4 Kualitas Produk Halal (<i>Halal Product Quality</i>)	25
2.1.3.1 Teori Kualitas Produk Halal (<i>Halal Product Quality</i>).....	25
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk Halal.....	29
2.1.3.3 Faktor Kualitas Produk Halal.....	30
2.1.5 <i>Experiential Marketing</i>	32

2.1.4.1	Teori <i>Experiential Marketing</i>	32
2.1.4.2	Faktor <i>Experiential Marketing</i>	34
2.1.4.3	Indikator <i>Experiential Marketing</i>	36
2.2	Penelitian Terdahulu	37
2.3	Hubungan Antar Variabel	44
2.3.1	Customer Satisfaction Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (<i>Consumer Retention</i>)	44
2.3.2	<i>Halal Product Quality</i> Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (<i>Consumer Retention</i>)	45
2.3.3	<i>Experiential Marketing</i> Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (<i>Consumer Retention</i>)	47
2.4	Hipotesis.....	48
2.5	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Metode Penelitian.....	50
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51
3.1.1	Variabel Penelitian.....	51
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.3	Populasi dan Sampel	54
3.4	Jenis dan Sumber Data	56
3.5	Metode Pengumpulan Data	56
3.5.1	Kuesioner	57
3.6	Metode Analisis	57
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.6.2	Penyimpangan Asumsi Klasik.....	58
3.6.3	Uji Instrumen Data	60
3.6.4	Uji Hipotesis	61
3.7	Tempat dan Waktu	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	65
4.2	Gambaran Umum Responden	68
4.2.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	68

4.2.2	Gambaran Umum Berdasarkan Latar Belakang.....	69
4.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	70
4.2.4	Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir.....	71
4.3	Metode Analisis Data	72
4.3.1	Analisis Deskriptif	72
4.3.1.1	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Consumer Satisfaction</i> (X1) ..	75
4.3.1.2	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Halal Product Quality</i> (X2)...	76
4.3.1.3	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X3)..	76
4.3.1.4	Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Consumer Retention</i> (Y).....	77
4.3.2	Uji Instrumen Data.....	78
4.3.3	Deteksi Asumsi Klasik.....	80
4.3.4	Uji Hipotesis	87
4.4	Pembahasan.....	93
4.4.1	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Retensi Konsumen.....	95
4.4.2	Pengaruh <i>Halal Product Quality</i> Terhadap <i>Consumer Retention</i>	96
4.4.3	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Consumer Retention</i>	97
BAB V	99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	100
5.3	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	110