

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II: TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	10
2.1 Social Cognitive Theory.....	10
2.1.1 Experiential Marketing.....	11
2.1.2 Emotional Value.....	15
2.1.3 Functional Value	16
2.1.4 Purchase Decision	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Emotional Value	23
2.3.2 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Functional Value	24
2.3.3 Pengaruh Emotional Value terhadap Purchase Decision	25
2.3.4 Pengaruh Functional Value terhadap Purchase Decision.....	26
2.3.5 Pengaruh Langsung Experiential Marketing Terhadap Purchase Decision	26
2.4 Kerangka Pemikiran	27

BAB III: METODE PENELITIAN	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.3.1 Data Primer	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Membuat Diagram Jalur.....	38
3.5.2 Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	38
3.5.3 Menentukan Jalur Matriks Input dan Estimasi Model yang Disarankan	39
3.5.4 Menilai Identifikasi Model Struktural.....	39
3.5.5 Menilai Kriteria Goodness of Fit	40
3.5.6 Interpretasi Model	43
BAB IV:HASIL DAN ANALISIS.....	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.2 Gambaran Umum Responden.....	45
4.3 Hasil Analisis Data.....	46
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	46
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas dan AVE.....	48
4.3.3 Hasil Uji Asumsi SEM.....	49
4.3.4 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis	56
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis	62
4.3.6 Interpretasi Hasil	65
BAB V: PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Implikasi Teoritis	76
5.3 Implikasi Manajerial.....	81

5.4	Keterbatasan	83
5.5	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89

