

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Tugas Akhir	3
1.4 Kontribusi/ Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.2 <i>Experiential Marketing</i>	5
2.3 Unsur – unsur <i>Experiential Marketing</i>	6
2.3.1 <i>Sense Marketing</i>	7
2.3.2 <i>Feel Marketing</i>	8
2.3.3 <i>Think Marketing</i>	10
2.3.4 <i>Act Marketing</i>	12
2.3.5 <i>Relate Marketing</i>	13
2.4 Teori Tentang Loyalitas Pelanggan	15
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	17
2.5 Hubungan antara <i>Experiential Marketing</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	18
2.7 Kerangka Konseptual.....	23
2.8 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE TUGAS AKHIR	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Operasional Variabel Penelitian	27
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Analisis Data	30

3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Reliabilitas	30
3.7	Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1	Uji Regresi Linier Berganda.....	31
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8	Hipotesis	33
3.8.1	Uji t-test (Uji Parsial).....	33
3.8.2	Uji F-tes (Uji Simultan)	33
BAB IV	DESAIN DAN SISTEM.....	35
4.1	Keadaan Umum Obyek Penelitian.....	35
4.2	Visi Misi Perusahaan	35
4.3	Logo Perusahaan.....	36
4.4	Keadaan Awal Strategi Pemasaran Perusahaan	36
4.5	Proses Penyusunan Desain	37
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
5.1	Hasil Pengujian.....	38
5.1.1	Hasil Uji Validitas.....	38
5.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	40
5.1.3	Identitas Responden.....	40
5.1.4	Analisis Deskriptif	43
5.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	44
5.1.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
5.1.7	Uji t-test	48
5.1.8	Uji F-test	50
5.1.9	Uji Determinasi (R^2).....	51
5.2	Pembahasan.....	52
5.2.1	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Sense</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	52
5.2.2	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Feel</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	52
5.2.3	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Think</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	53
5.2.4	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Act</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	54
5.2.5	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Relate</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	55
5.2.6	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Sense, Feel, Think, Act, dan Relate</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	56
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	57
6.1	Kesimpulan	57

6.2	Saran.....	58
6.2.1	Saran Praktis.....	58
6.2.2	Saran Akademis.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Lokasi <i>Outlet</i> MINISO di Medan	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert	30
Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Sense</i>	38
Tabel 5. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Feel</i>	38
Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Think</i>	39
Tabel 5. 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Act</i>	39
Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relate</i>	39
Tabel 5. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	39
Tabel 5. 7 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 5. 8 Kategori Skala	44
Tabel 5. 9 Rata-rata Penilaian Responden Kuesioner.....	44
Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 5. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	47
Tabel 5. 14 Hasil Uji t.....	49
Tabel 5. 15 Hasil Uji F.....	51
Tabel 5. 16 Hasil Uji determinasi (R^2).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Logo Miniso.....	36
Gambar 5. 1 Grafik Jenis Kelamin	41
Gambar 5. 2 Grafik Usia	41
Gambar 5. 3 Grafik Pekerjaan.....	42
Gambar 5. 4 Grafik Wilayah Tempat Tinggal Asal.....	43