

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Obek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Lawangwangi <i>Creative Space</i>	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Lawangwangi <i>Creative Space</i>	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 <i>Physical Evidence</i>	14
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	15
2.1.4 Dimensi dari <i>Experiential Marketing</i>	15
2.1.5 Keputusan Pembelian	17
2.1.6 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Variabel Operasional.....	23
3.2.1 Sumber Variabel Operasional.....	24

3.2.2 Skala Pengukuran	29
3.3 Tahapan Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel	31
3.4.3 Teknik Sampling.....	32
3.5 Pengumpulan Data	32
3.5.1 Sumber Data	32
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Realibilitas	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.3. Analisis Regresi Sederhana	38
3.7.4 Uji Koefisien Regresi.....	39
3.7.4.1 Uji t.....	39
3.7.4.2 Uji Koefisien Determinasi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.2 Deskripsi Responden.....	41
4.3 Analisis Realibilitas dan Validitas	45
4.3.1 Analisis Realibilitas	45
4.3.2 Analisis Validitas.....	46
4.4 Analisis Deskriptif	49
4.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1 Uji Normalisasi Data	56
4.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	57
4.6 Uji Hipotesis Koefisien Regresi.....	59
4.6.1 Uji t.....	59
4.6.2 Koefisien Determinasi	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61

5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	62
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65