

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Rangkuman Teori.....	15
2.1.1 Bauran Promosi.....	15
2.1.2 Teori Media Baru (New Media).....	16
2.1.3 Experiential Marketing.....	17
2.1.3.1 Karakteristik Experiential Marketing.....	19
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	20

2.1.4.1 Keuntungan Loyalitas Bagi Perusahaan.....	21
2.1.4.2 Jenis-jenis Loyalitas.....	21
2.1.4.3 Indikator Loyalitas.....	22
2.1.4.4 Tahapan Loyalitas.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2.1 Penelitian Terdahulu Skripsi.....	21
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	27
2.2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	37
3.2.1 Variabel Penelitian.....	37
3.2.2 Variabel Operasional.....	37
3.2.3 Skala Pengukuran.....	37
3.3 Populasi dan Sempel.....	47
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Uji Validitas dan Reliabilas.....	40
3.5.1 Uji Validitas.....	45

3.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Teknik Deskriptif.....	47
3.6.2 Method Of Successive Interval (MSI).....	48
3.6.3 Analisis Korelasi.....	49
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.5 Uji Normalitas.....	51
3.6.6 Analisis Regresi Sederhana.....	51
3.6.7 Koefisien Determinasi.....	52
3.6.8 Uji Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Pengumpulan Data.....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	54
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	59
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	60
4.3 Deskripsi Variabel-variabel Penelitian.....	53
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Experiential Marketing pada Kampanye 9.9 Super Shopping Day.....	63
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen pada Kampanye 9.9 Super Shopping Day.....	66
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.1 Uji Normalitas.....	69

4.5 Uji Analisis Korelasi.....	69
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	70
4.7 Koefesien Determinasi.....	71
4.8 Uji Hipotesis.....	71
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.9.1 Analisis Deskriptif Responden Experiential Marketing (X).....	75
4.9.2 Analisis Deskriptif Responden Loyalitas Konsumen (Y).....	79
4.9.3 Analisis Deskriptif Pengaruh Experiential Marketing pada Kampanye 9.9 Super Shopping Day terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee (Y).....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Akademis.....	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	87