

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 Gambaran Umum.....	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Akademis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1 Bauran Promosi.....	10
2.1.2 Experiential Marketing.....	10
2.1.2.1 Karakteristik Experiential Marketing.....	11
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	12
2.1.3.1 Keuntungan Loyalitas Bagi Perusahaan.....	12
2.1.3.2 Jenis-jenis Loyalitas.....	13
2.1.3.3 Indikator Loyalitas.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15

2.2.1 Penelitian Terdahulu Skripsi.....	15
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	17
2.2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis.....	24
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	26
3.2.1 Variabel Penelitian.....	26
3.2.2 Variabel Operasional.....	26
3.2.3 Skala Pengukuran.....	26
3.3 Populasi dan Sempel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sempel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Uji Validitas dan Reliabilas.....	34
3.5.1 Uji Validitas.....	34
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Teknik Deskriptif.....	36
3.6.2 Method Of Successive Interval (MSI).....	37
3.6.3 Analisis Korelasi.....	38
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.5 Uji Normalitas.....	40
3.6.6 Analisis Regresi Sederhana.....	40
3.6.7 Koefesien Determinasi.....	40

3.6.8 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Pengumpulan Data.....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	47
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	49
4.3 Deskripsi Variabel-variabel Penelitian.....	52
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Experiential Marketing pada promosi <i>buy 1 get 1</i>	52
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen pada promosi <i>buy 1 get 1</i>	55
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57
4.5 Uji Analisis Korelasi.....	59
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	59
4.7 Koefisien Determinasi.....	60
4.8 Uji Hipotesis.....	61
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.9.1 Analisis Deskriptif Responden Experiential Marketing (X).....	64
4.9.2 Analisis Deskriptif Responden Loyalitas Konsumen (Y).....	67
4.9.3 Analisis Deskriptif Pengaruh Experiential Marketing pada promosi <i>buy 1 get 1</i> terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee (Y).....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73

5.2.1 Saran Akademis.....	73
5.2.2 Saran Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76