

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Striktur Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Rangkuman Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 <i>Experiential Marketing</i>	13
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Variabel Operasional	25
3.2.1	Skala Pengukuran..	31
3.3	Tahapan Penelitian.....	32
3.4	Populasi , Sampel dan Teknik Sampling	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel..	33
3.4.3	Teknik Sampling.....	34
3.5	Pengumpulan Data.....	35
3.5.1	Sumber Data	35
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1	Uji Validitas.....	36
3.6.2	Uji Realibilitas	37
3.7	Teknik Analisis Data	38
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	38
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.3	Regresi Linier Sederhana.....	39
3.8	Uji Hipotesis..	40
BAB IV	PEMBAHASAN	42
4.1.	Karakteristik Responden.....	42
4.2.	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.2	Analisis Deskriptif..	47
4.2.3	Uji F (Simultan)..	55
4.2.4	Uji R.....	56
4.2.5	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1.	Kesimpulan	59
5.2.	Saran	60
	DAFTAR PUSTAKA	61
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2	Desain Pengukuran Kuisisioner.....	32
Tabel 3.3	Indeks Korelasi.....	37
Tabel 3.4	Kategori Interpretasi Skor.....	39
Tabel 4.1	Validitas.....	45
Tabel 4.2	Realibitas.....	46
Tabel 4.3	Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.4	Indikator <i>Sanse</i> (Panca Indra).....	47
Tabel 4.5	Indikator <i>Feel</i> (Perasaan).....	49
Tabel 4.6	Indikator <i>Think</i> (Berpikir).....	50
Tabel 4.7	Indikator <i>Act</i> (Tindakan).....	51
Tabel 4.8	Indikator <i>Relate</i> (Hubungan).....	52
Tabel 4.9	Analisis Variabel <i>Experiental Marketing</i>	53
Tabel 4.10	Indikator Kepuasan Pembelian..	54
Tabel 4.11	Uji F..	55
Tabel 4.12	Uji R.....	56
Tabel 4.13	Koefisien Regresi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Perusahaan KOBE.....	1
Gambar 1.2	Produk KOBE Tepung Bumbu.....	5
Gambar 1.3	Produk Sasa.....	6
Gambar 1.4	Produk Mama Suka.....	6
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran.....	11
Gambar 2.2	Sistem Pemasaran Sederhana.....	12
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.4	Keputusan Pembelian.. ..	19
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1	Presentase Dalam Garis Kontinum.....	39
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	42
Gambar 4.2	Usia Responden.....	42
Gambar 4.3	Pekerjaan Responden.....	43
Gambar 4.4	Pendidikan Responden.....	44
Gambar 4.5	Penghasilan Perbulan Responden.....	44
Gambar 4.6	Domisili Responden.. ..	45
Gambar 4.7	Presentase Garis Kontinum <i>Sanse</i>	48
Gambar 4.8	Presentase Garis Kontinum <i>Feel</i>	49
Gambar 4.9	Presentase Garis Kontinum <i>Think</i>	51
Gambar 4.10	Presentase Garis Kontinum <i>Act</i>	52
Gambar 4.11	Presentase Garis Kontinum <i>Relate</i>	53
Gambar 4.12	Presentase Garis Kontinum <i>Experiental Marketing</i>	53
Gambar 4.13	Presentase Garis Kontinum Keputusan Pembelian.. ..	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Responden Ordinal