

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>i</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>ii</i>
PERNYATAAN	<i>iv</i>
ABSTRAK.....	<i>v</i>
ABSTRACT.....	<i>vi</i>
DAFTAR ISI	<i>vii</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>x</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xi</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>12</i>
1.1 Latar Belakang	<i>12</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>14</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>14</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>14</i>
1.5 Batasan Ruang Lingkup	<i>15</i>
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	<i>15</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	<i>17</i>
2.1 Landasan Teori.....	<i>17</i>
2.1.1 Pemasaran	<i>17</i>
2.1.4 Dimensi <i>Customer experience</i>	<i>18</i>

2.1.5	Iklan	18
2.1.6	EPIC Model	18
2.1.7	Dimensi EPIC Model	19
2.2	Penelitian Terdahulu.....	19
2.3	Kerangka Pemikiran.....	26
2.4	Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Pendekatan Penelitian.....	29
3.2	Jenis Penelitian	29
3.3	Variabel Operasional	29
3.4	Tahapan Penelitian	31
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6.1	Jenis dan Sumber Data	34
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.7	Teknik Analisis Data	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Deskripsi Hasil.....	38
4.1.1	Karakteristik Responden	38
4.1.2	Uji Validitas	39
4.1.3	Uji Reliabilitas	40
4.2	Analisis Dan Interpretasi Data	40
4.2.1	Analisis Tabulasi Sederhana.....	40
4.3	Diskusi dan Evaluasi	47

BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	50
5.2.1 Saran bagi Perusahaan (Ayamayaman)	50
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54