

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.2.1 Rumusan Masalah Pada Go Food.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah Pada Poofy Puff Solo.....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Lingkup Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penulisan Tesis.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	12
2.1.2 <i>Strategic Experiential Module</i>	12
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.4 Loyalitas.....	14
2.1.5 Kaitan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Penelitian.....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.4.1 Pengaruh <i>Sense</i> Pada Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.2 Pengaruh <i>Feel</i> Pada Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4.3 Pengaruh <i>Think</i> Pada Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4.4 Pengaruh <i>Act</i> Pada Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4.5 Pengaruh <i>Relate</i> Pada Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Pada Loyalitas Pelanggan.....	20



BAB III METODA PENELITIAN	21
3. 1.....	Des
ain Penelitian.....	21
3. 2.....	Met
oda Pengumpulan Data.....	21
3.2.1 Jenis Data dan Sumber Data.....	21
3.2.2 Metoda Penyampelan.....	21
3.2.3 Unit Analisis.....	22
3.2.4 Ukuran Sampel.....	22
3.2.5 Lokasi Penelitian.....	22
3. 3.....	Instr
umen Penelitian.....	22
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.3.2 Metoda Memvalidasi Instrumen.....	26
3. 4.....	Uji
Awal Instrumen Penelitian.....	27
3.4.1 Pengujian Validitas Sampel Kecil.....	27
3.4.2 Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil.....	29
3. 5.....	Met
oda Analisis Data.....	30
3.5.1 Prosedur Pengujian Hipotesis.....	30
3.5.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	32
BAB IV PEMBAHASAN	36
4. 1.....	
Hasil Pengumpulan Data.....	36
4. 2.....	
Profil Responden.....	36
4. 3.....	
Hasil Uji Instrumen.....	38
4.3.1 Hasil Uji Validitas Sampel Besar Tahap 1.....	38
4.3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Besar Tahap 2.....	40
4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar Tahap 2 Setelah Item <i>Think1, Think4, Act2, Act4, Relate2, Relate3</i> Dibuang.....	41
4.4 Statistik Deskriptif.....	42
4.4.1 Statistik Deskriptif pada Go Food.....	42

4.4.2	Statistik Deskriptif pada Poofy Puff Solo.....	44
4.5	Hasil Uji Kesesuaian Model Struktural.....	45
4.5.1	Uji Kesesuaian Model Struktural Go Food.....	45
4.5.2	Uji Kesesuaian Model Struktural Poofy Puff Solo.....	47
4.6	Pengujian Hipotesis.....	49
4.6.1	Pengujian Hipotesis Go Food.....	49
4.6.2	Pengujian Hipotesis Poofy Puff Solo.....	52
4.7	Pembahasan Uji Hipotesis.....	54
4.7.1	Pengaruh Sense pada Kepuasan Pelanggan Go Food.....	54
4.7.2	Pengaruh Sense pada Kepuasan Pelanggan Poofy Puff Solo.....	55
4.7.3	Pengaruh Feel pada Kepuasan Pelanggan Go Food.....	55
4.7.4	Pengaruh Feel pada Kepuasan Pelanggan Poofy Puff Solo.....	56
4.7.5	Pengaruh Think pada Kepuasan Pelanggan Go Food.....	56
4.7.6	Pengaruh Think pada Kepuasan Pelanggan Poofy Puff Solo.....	56
4.7.7	Pengaruh Act pada Kepuasan Pelanggan Go Food.....	57
4.7.8	Pengaruh Act pada Kepuasan Pelanggan Poofy Puff Solo.....	57
4.7.9	Pengaruh Relate pada Kepuasan Pelanggan Go Food.....	58
4.7.10	Pengaruh Relate pada Kepuasan Pelanggan Poofy Puff Solo.....	58
4.7.11	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Go Food pada Loyalitas Pelanggan Go Food.....	59
4.7.12	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Poofy Puff Solo pada Loyalitas Pelanggan Poofy Puff Solo.....	59
4.8	Pembahasan Tambahan.....	59
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....		61
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3	Implikasi.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		66

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Distribusi Persentase PDB Lapangan Usaha Industri Pengolahan Atas

Dasar Harga Berlaku, 2013-2017.....	1
Tabel 1.2 Jumlah UMKM di Kota Solo Pada Tahun 2016.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's of Sphericity</i> pada 50 Responden.....	27
Tabel 3.2 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> pada 50 Responden.....	28
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas pada 50 Responden.....	30
Tabel 3.4 Tabel Indeks <i>Goodness-of-Fit</i>	33
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	36
Tabel 4.2 Profil Responden.....	37
Tabel 4.3 Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's of Sphericity</i> pada 280 Responden.....	38
Tabel 4.4 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Tahap 1.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's of Sphericity</i> pada 280 Responden	
Tahap 2.....	40
Tabel 4.6 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Tahap 2.....	40
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Sampel Besar Tahap 2 Setelah Item <i>Think1, Think4, Act2,</i> <i>Act4, Relate2, Relate3</i> Dibuang.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Go Food.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Poofy Puff Solo.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Kesesuaian Model Struktural Go Food.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Kesesuaian Model Struktural Poofy Puff Solo.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Go Food.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis Poofy Puff Solo.....	52
Tabel 4.14 Perbandingan antara Go Food dengan Poofy Puff Solo.....	60

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Promo yang ditawarkan Go Food.....	6
Gambar 1.2 Promo yang ditawarkan Grab Food.....	7
Gambar 1.3 Perbedaan Kemasan Poofy Puff Solo.....	8
Gambar 1.4 Jumlah dan Jangkauan Wilayah Pengikut Instagram Poofy Puff Solo.....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Model Struktural Go Food.....	46
Gambat 4.2 Model Struktural Poofy Puff Solo.....	48

Daftar Lampiran

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	66
LAMPIRAN 2 Uji Awal Validitas dan Reliabilitas (50 Responden)	72
LAMPIRAN 3 Uji Awal Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar (280 Responden).....	81
LAMPIRAN 4 Profil Responden.....	93
LAMPIRAN 5 Uji Statistik Deskriptif	96
LAMPIRAN 6 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness-of-Fit</i>).....	100
LAMPIRAN 7 Pengujian Hipotesis.....	104