

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Penelitian.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	8
2.1 Kondisi Umum Pasar.....	8
2.1.1 Visi dan Misi Starbucks Coffee di Yogyakarta	9
2.1.2 Varian Menu di Starbucks Coffee di Yogyakarta.....	11
2.1.3 Struktur Perusahaan Starbucks Coffee di Yogyakarta.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka.....	13
2.2.1 Minat Membeli Kembali (<i>Repurchase Intention</i>).....	14
2.2.2 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	16
2.2.4 Mengukur <i>Experiential Marketing</i>	18
2.2.5 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> dan <i>Repurchase Intension</i>	22
2.2.6 Kerangka Konseptual.....	23
2.3 Keaslian Penelitian	23
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1 Desain penelitian.....	27
3.1.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.2 Desain Sampling	27
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.2.1 Jenis Data	28
3.2.2 Sumber data.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4 Definisi Operasional	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.5.1 Teknik Analisa Regresi Berganda.....	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Teknik Analisis Data.....	35
4.1.1 Analisis Responden	35
4.2 Hasil Kualitas Data	39
4.2.1 Hasil Uji Validasi	39
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	41
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	42
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	42
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
4.4 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	44
4.4.1 Hasil Uji t.....	44
4.4.2 Hasil Uji F	46
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	47
4.5 Hasil Uji Sumbangan	48
4.5.1 Hasil Sumbangan Efektif (SE).....	49
4.5.2 Hasil Sumbangan Relatif (SR).....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	56

Lampiran 1. Kuesioner	56
Lampiran 2. Hasil Run Data.....	59