

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR SINGKATAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Telaah Pustaka	11
1. Brand Experience	12
2. Customer Satisfaction	13
3. Customer Perceived Value	16
B. Kerangka Teori	17
C. Kerangka Konsep	18
D. Hipotesis dan Pertanyaan Penelitian	18

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Rancangan Penelitian	20
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	20
C.	Subjek Penelitian	20
D.	Definisi Operasional Variabel	21
E.	Instrumen Penelitian	24
F.	Cara Analisis Data	30
G.	Etika Penelitian	30
H.	Keterbatasan Penelitian	31

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	32
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	40

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan	44
B.	Saran	44

DAFTAR PUSTAKA	47
-----------------------	----

LAMPIRAN 1 – Lembar persetujuan responden	53
--	----

LAMPIRAN 2 – Lembar kuisioner	56
--------------------------------------	----