

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Aspek Praktis.....	8
1.5.2 Aspek Teoritis.....	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Customer Experience.....	13
2.1.4 Dimensi Customer Experience.....	13
2.1.5 Brand Image.....	14
2.1.4 Dimensi Brand Image.....	14

2.1.6 Purchase decision	16
2.1.7 Dimensi Purchase Decision.....	16
2.1.8 Hubungan antara <i>Customer Experience</i> dengan <i>Purchase Decision</i>	17
2.1.9 Hubungan Brand Image Dengan Purchase Decision	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi.....	20
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional	23
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional	28
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	36
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	37
3.2.1 Variabel Operasional	37
3.2.2 Skala Pengukuran	43
3.2.3 Tahapan Penelitian	43
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	45
3.3.3 Teknik Sampling	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Data Primer.....	46
3.4.2 Data Sekunder	46
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	46
3.5.1 Uji Validitas	47
3.5.2 Uji Realibitas	50
3.6 Teknik Analisis Data	51

3.6.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.6.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	52
3.6.3 Asumsi Klasik	53
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	55
3.6.6 Koefisien Determinasi	56
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
4.2.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	65
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	66
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	71
4.2.6 Koefisien Determinasi	73
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> (X1).....	75
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	77
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y)	77
4.3.4 Analisis Hubungan Antara Variabel <i>Customer Experience</i> dan <i>Purchase Decision</i>	78
4.3.5 Analisis Hubungan Antara Variabel <i>Brand Image</i> dan <i>Purchase Decision</i> .	79
4.3.6 Analisis Hubungan Antara Variabel <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	79

BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	82
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85
Lampiran 1 : Kuesioner.....	85
Lampiran 2 : Hasil Perhitungan.....	90