

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	12
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	13
1.5.1 Lokasi Penelitian	13
1.5.2 Jadwal Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	16
2.1.2.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	16
2.1.2.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	17
2.1.2.3 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	19
2.1.2.4 <i>Strategic Experiential Modules</i>	20
2.1.2.5 <i>Strategic Experiential Providers</i>	23
2.1.3 Sikap Konsumen	23
2.1.3.1 Pengertian Sikap Konsumen	23
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap	26

2.1.3.3 Model Sikap Konsumen	27
2.1.3.4 Karakteristik Sikap Konsumen	29
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.4.1 Pengertian Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.4.2 Peranan Membeli	34
2.1.4.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	35
2.1.5 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Pemikiran	38
2.3 Hipotesis	42

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	43
3.1.1 Sejarah Singkat Dealer PT. Agung Jaya Honda	43
3.1.2 Aktivitas Perusahaan.....	44
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	44
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	50
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data	52
3.2.2.2 Instrumen Pengumpulan Data	54
3.2.2.3 Populasi Sasaran	55
3.2.2.4 Penentuan Sampel	56
3.3 Paradigma Penelitian	57
3.4 Teknik Analisa Data	58
3.4.1 Uji Instrumen	58
3.4.2 Analisis Terhadap Kuisioner	60
3.4.3 Metode Succesive Interval	61
3.4.4 Pengujian Asumsi Klasik	62
3.4.5 Analisis Regresi Berganda	66

3.4.6	Kolerasi	67
3.4.7	Koefisien Determinan dan Non-Determinan (r^2 dan $1 - r^2$)	67
3.4.8	Pengujian Hipotesis	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Experiential Marketing pada Dealer PT.Agung Jaya Honda	72
4.2	Sikap Konsumen Dealer PT.Agung Jaya Honda	79
4.3	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	86
4.4	Pengaruh Experiential Marketing dan Sikap Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian	92
	A. Uji Asumsi Klasik	94
	B. Analisis Regresi Berganda	95
	C. Koefesien Kolerasi	96
	D. Koefesien Determinasi	97
	E. Pengujian Hipotesis	97
BAB V	SIMPILAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	100
5.2	Saran	101
	DAFTAR PUSTAKA	103
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	