

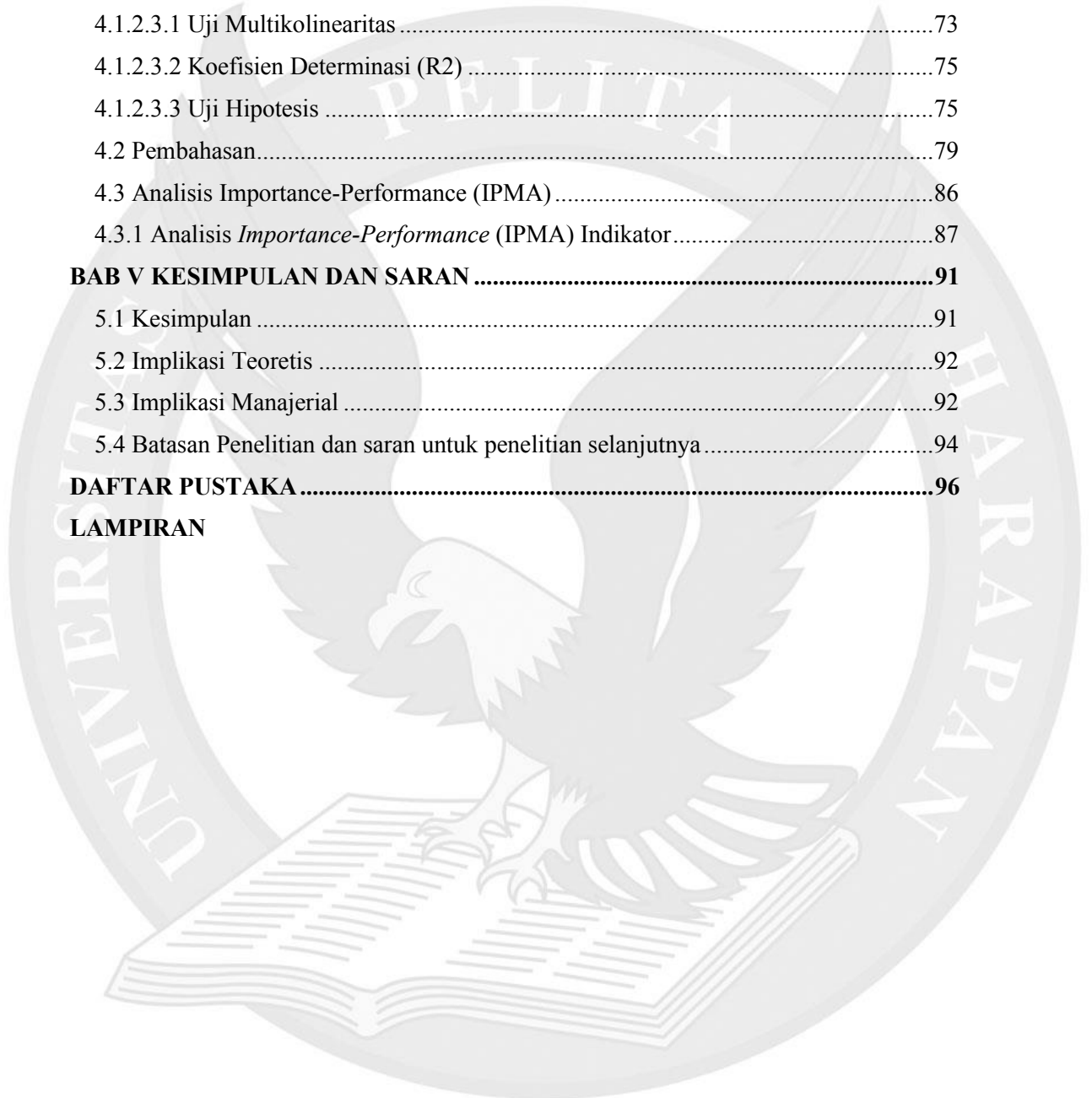
## DAFTAR ISI

### JUDUL

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Pengalaman Merek.....	16
2.1.1 <i>Variety Seeking</i> .....	22
2.1.2 Keterlibatan Pelanggan .....	25
2.1.3 Loyalitas Pelanggan .....	28
2.2 Hubungan antar Variabel .....	32
2.2.1 Hubungan antara Pengalaman Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.2 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Keterlibatan Pelanggan .....	33
2.2.3 Hubungan antara Pencarian Varietas terhadap Keterlibatan Pelanggan .....	34
2.2.4 Hubungan antara Keterlibatan Pelanggan dengan Loyalitas.....	34
2.3 Model Penelitian .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Objek Penelitian.....	36
3.2 Unit Analisis .....	37
3.3 Tipe Penelitian .....	38
3.4 Operasional Variabel.....	39
3.5 Populasi dan Sampel .....	42

3.5.1 Jumlah Sampel .....	43
3.5.2 Metode Pengumpulan Sampel.....	43
3.6 Metode Pengumpulan Sampel.....	44
3.6.1 Data Primer .....	44
3.6.2 Data Sekunder .....	45
3.7 Metode Analisis Data.....	45
3.7.1 Statistik Dekriptif .....	46
3.7.2 Structural Equation Model & Partial Least Square (PLS-SEM).....	46
3.7.2.1 Outer Model .....	47
3.7.2.1.1 Reliabilitas .....	47
3.7.2.1.2 Validitas Konvergen.....	48
3.7.2.1.3 Validitas Diskriminan .....	49
3.7.2.2 Inner Model.....	49
3.7.2.2.1 Uji Multikolinearitas .....	50
3.7.2.2.2 Uji Koefisien Determinasi.....	51
3.7.2.2.3 Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Profil Responden Pengujian Aktual .....	53
4.1.1 Statistik Deskriptif .....	56
4.1.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Afektif.....	56
4.1.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Sensori .....	57
4.1.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Perilaku .....	58
4.1.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Intelektual .....	59
4.1.1.5 Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	60
4.1.1.6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Variety seeking</i> .....	61
4.1.1.7 Analisis Statistik Deskriptif Keterlibatan Pelanggan .....	62
4.1.1.8 Analisis Statistik Deskriptif Kesetiaan Pelanggan .....	63
4.1.2 Statistik Inferensial .....	63
4.1.2.1 Model Pengukuran (Outer Model) I.....	64
4.1.2.1.1 Uji Reliabilitas I .....	64
4.1.2.1.2 Uji Validitas Konvergen I .....	65
4.1.2.1.3 Uji Validitas Diskriminan I.....	67
4.1.2.2 Model Pengukuran (Outer Model) II .....	68
4.1.2.2.1 Uji Reliabilitas II.....	69

4.1.2.2.2 Uji Validitas Konvergen II.....	70
4.1.2.2.3 Uji Validitas Diskriminan II.....	71
4.1.2.3 Inner Model.....	72
4.1.2.3.1 Uji Multikolinearitas .....	73
4.1.2.3.2 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	75
4.1.2.3.3 Uji Hipotesis .....	75
4.2 Pembahasan.....	79
4.3 Analisis Importance-Performance (IPMA).....	86
4.3.1 Analisis <i>Importance-Performance</i> (IPMA) Indikator.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Implikasi Teoretis .....	92
5.3 Implikasi Manajerial .....	92
5.4 Batasan Penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	39
Tabel 4.1 Responden Pengujian Aktual .....	52
Tabel 4.2 Kategori Jawaban pada Skala Likert.....	55
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Afektif.....	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Sensori .....	56
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Perilaku .....	57
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Pengalaman Merek Intelektual .....	58
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	59
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Pencarian Variasi .....	60
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Keterlibatan Pelanggan .....	61
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Loyalitas.....	62
Tabel 4.11 Analisis Reliabilitas I .....	63
Tabel 4.12 Validitas Konvergen I .....	64
Tabel 4.13 Validitas Diskriminan Fornell-Larcker Criterion I .....	66
Tabel 4.14 Analisis Reliabilitas II.....	68
Tabel 4.15 Validitas Konvergen II.....	69
Tabel 4.16 Validitas Diskriminan Fornell-Larcker Criterion II.....	70
Tabel 4.17 Klasifikasi Nilai VIF .....	72
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 4.20 Uji Hipotesis.....	75
Tabel 4.21 Nilai IPMA Indikator .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data survey konsumen Mckinsey .....	2
Gambar 1.2 Restoran Hai Di Lao Alam Sutera.....	5
Gambar 1.3. Pelanggan yang pergi makan sendiri ditemani oleh Boneka.....	6
Gambar 1.4 Ruang tunggu dan kelengkapannya.....	6
Gambar 1.5 Ameniti.....	7
Gambar 1.6 Bar saus Hai Di Lao .....	7
Gambar 1.7 Kualitas dari produk .....	8
Gambar 1.8 Hiburan Tarian .....	8
Gambar 1.9 Penampilan Seribu Wajah .....	9
Gambar 1.10 Partisipasi Pengunjung .....	9
Gambar 1.11 Perlengkapan Kamar Kecil.....	10
Gambar 1.12 Opsi membawa pulang makanan.....	10
Gambar 4.1 Hasil Model Pengukuran (Outer Model I) .....	63
Gambar 4.2 Hasil Model Pengukuran setelah penghapusan (Outer Model II) .....	68
Gambar 4.3 Hasil Model Pengukuran (Inner Model) .....	72
Gambar 4.4 IPMA Indikator .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Laporan Turnitin .....	A-1
Lampiran B - Hasil Olah Data.....	B-1
Lampiran C - Kuesioner Actual Test .....	C-1

