

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, dan Batasan Masalah .....	10
1. Identifikasi Masalah .....	10
2. Perumusan Masalah.....	11
3. Batasan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Ilmiah (Akademik).....	12
2. Manfaat Sosial (Praktis) .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>

A. Kajian Penelitian Terdahulu .....	14
B. Konsep dan Teori .....	19
1. Manajemen Pemasaran .....	19
a. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
b. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	21
c. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	22
2. <i>Fashion Involvement</i> .....	24
a. Pengertian <i>Fashion Involvement</i> .....	24
b. Dimensi <i>Fashion Involvement</i> .....	25
c. Indikator <i>Fashion Involvement</i> .....	26
3. <i>Experiential Marketing</i> .....	27
a. Pengertian <i>Experiential Marketing</i> .....	27
b. Dimensi <i>Experiential Marketing</i> .....	29
c. Indikator <i>Experiential Marketing</i> .....	32
4. Loyalitas Pelanggan .....	33
a. Pengertian Loyalitas .....	33
b. Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	34
c. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	36
d. Tipe Loyalitas Pelanggan .....	37
e. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	38
C. Kerangka Berpikir .....	41
1. Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	41
2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	42
3. Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> dan <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	43

D. Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Metode dan Pendekatan .....	45
B. Jenis dan Sumber Data .....	46
1. Data Primer.....	46
2. Data Sekunder .....	46
C. Populasi dan Sampel .....	47
1. Populasi .....	47
2. Sampel.....	47
D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	49
1. Variabel Penelitian.....	49
a. Variabel Bebas .....	49
b. Variabel Terikat.....	50
2. Operasionalisasi Variabel .....	50
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
1. Studi Lapangan.....	53
2. Studi Kepustakaan.....	54
F. Teknik Analisis Data .....	54
1. Analisis Data Deskriptif .....	55
2. Uji Instrumen Data Penelitian .....	56
a. Uji Validitas .....	56
b. Uji Realibilitas .....	57
3. Uji Asumsi Klasik .....	58
a. Uji Normalitas.....	58
b. Uji Multikolinearitas.....	59

c. Uji Heterokedastisitas .....	59
4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	59
5. Uji Hipotesis.....	61
a. Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	61
b. Uji Statistik F (Uji Simultan).....	62
6. Koefisien Determinasi .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	64
1. Sejarah Eiger .....	64
2. Struktur Organisasi Eiger .....	66
B. Analisis Data .....	67
1. Statistik Deskriptif.....	67
2. Karakteristik Responden Penelitian .....	68
a. Profil Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
b. Data Responden Berdasarkan Usia.....	69
3. Deskriptif Tanggapan Responden.....	70
a. Tanggapan Responden Penelitian Terhadap Variabel <i>Fashion Involvement</i> ( $X_1$ ) .....	71
b. Tanggapan Responden Penelitian Terhadap Variabel <i>Experiential Marketing</i> ( $X_2$ ).....	76
c. Tanggapan Responden Penelitian Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	81
4. Uji Instrumen Data Penelitian .....	84
a. Uji Validitas .....	84
b. Uji Reliabilitas .....	87
5. Analisis Variabel : Uji Asumsi Klasik.....	88

a. Uji Normalitas.....	88
b. Uji Multikolinearitas.....	89
c. Uji Heteroskedastisitas .....	90
6. Analisis Regresi Linear Berganda .....	91
7. Uji Hipotesis.....	93
a. Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	93
b. Uji Statistik F (Uji Simultan).....	96
8. Koefisien Determinasi .....	97
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	98
1. Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> ( $X_1$ ) Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Produk Eiger Di Kota Bandung. ....	98
2. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> ( $X_2$ ) Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Produk Eiger Di Kota Bandung .....	100
3. Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> ( $X_1$ ) dan <i>Experiential Marketing</i> ( $X_2$ ) Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Produk Eiger di Kota Bandung.....	101
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
A. Kesimpulan .....	103
B. Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>
A. Sumber dari Buku .....	105
B. Sumber dari Artikel, Jurnal, atau Skripsi .....	106
C. Sumber dari Internet.....	109
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>