

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penelitian.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Industri Kreatif.....	14
2.1.1 Pengertian Industri Kreatif.....	14
2.1.2 Sub Sektor Industri Kreatif.....	14
2.2 Manajemen.....	17
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	17
2.2.2 Fungsi Manajemen.....	17
2.3 Pemasaran.....	18
2.3.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.3.2 Konsep Pemasaran.....	19
2.4 Bauran Pemasaran.....	20
2.5 Perilaku Konsumen.....	21
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22
2.6 Theory of Reasoned Action (TRA).....	24
2.7 Theory of Planned Behaviour (TPB).....	25
2.8 Produk.....	26
2.8.1 Pengertian Produk.....	26
2.8.2 Tingkat Produk: Hierarki Nilai Pelanggan.....	27

2.9	Atribut Produk.....	27
2.9.1	Pengertian Atribut Produk.....	27
2.9.2	Unsur dan Komponen Atribut Produk.....	28
2.10	Pengalaman Pelanggan.....	29
2.10.1	Pengertian Pengalaman Pelanggan.....	29
2.10.2	Variabel Pengalaman Pelanggan.....	30
2.11	Persepsi Harga.....	31
2.11.1	Pengertian Persepsi Harga.....	31
2.11.2	Peranan Harga.....	31
2.11.3	Strategi Penetapan Harga.....	32
2.11.4	Indikator Persepsi Harga.....	33
2.12	Kepuasan Pelanggan.....	33
2.12.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	33
2.12.2	Faktor Kepuasan Pelanggan.....	34
2.12.3	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	34
2.12.4	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	36
2.13	Tinjauan Pustaka.....	37
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Model Konseptual Penelitian.....	40
3.2	Variabel Penelitian.....	41
3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	41
3.4	Hubungan Antar Variabel.....	44
3.4.1	Hubungan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
3.4.2	Hubungan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
3.4.3	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	46
3.5	Hipotesis.....	47
3.6	Unit Analisis, Populasi, Sampel.....	47
3.6.1	Jenis Penelitian.....	47
3.6.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
3.6.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	48
3.6.4	Unit Analisis.....	49
3.6.5	Populasi.....	49
3.6.6	Sampel.....	50
3.6.6.1	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.6.6.2	Kriteria Sampel.....	50
3.6.6.3	Ukuran Sampel.....	51
3.7	<i>Pre-Test</i> .....	51
3.7.1	Uji Validitas.....	51
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.8	<i>Main Test</i> .....	52

3.8.1 Uji Validitas.....	52
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	52
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	53
3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	53
3.8.3.4 Uji Autokorelasi.....	53
3.8.4 Uji Hipotesis.....	54
3.8.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	55
3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
3.8.4.3 Uji t.....	55
3.8.4.4 Uji F.....	56
3.8.5 Analisis Nilai Mean.....	56
<b>BAB 4 ANALISIS PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Hasil <i>Pre-Test</i> .....	57
4.1.1 Uji Validitas.....	58
4.1.1.1 Uji Validitas Variabel Atribut Produk.....	58
4.1.1.2 Uji Validitas Variabel Pengalaman Pelanggan.....	59
4.1.1.3 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	59
4.1.1.4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	60
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.1.3 Simpulan <i>Pre-Test</i> .....	61
4.2 <i>Main Test</i> .....	62
4.2.1 Deskripsi Profil Responden.....	62
4.2.1.1 <i>Screening Question</i> .....	64
4.2.1.2 Jenis Kelamin.....	64
4.2.1.3 Usia Responden.....	65
4.2.1.4 Jenis Pekerjaan Responden.....	65
4.2.1.5 Jenis Pendidikan Terakhir Responden.....	66
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
4.2.2.1 Uji Validitas.....	66
4.2.2.1.1 Uji Validitas Variabel Atribut Produk.....	67
4.2.2.1.2 Uji Validitas Variabel Pengalaman Pelanggan.....	68
4.2.2.1.3 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	69
4.2.2.1.4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	69
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.2.2.3 Simpulan Validitas dan Reliabilitas ( <i>Main Test</i> ).....	71
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	71
4.2.3.2 Uji Heterokedastisitas.....	72

4.2.3.3 Uji Multikolinearitas.....	73
4.2.3.4 Uji Autokorelasi.....	74
4.2.4 Analisis Uji Hipotesis.....	75
4.2.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	75
4.2.4.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
4.2.4.3 Uji t.....	77
4.2.4.4 Uji F.....	78
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.3.1 Analisis Nilai Mean.....	82
4.3.1.2 Analisis Nilai Mean Atribut Produk.....	82
4.3.1.3 Analisis Nilai Mean Pengalaman Pelanggan.....	84
4.3.1.4 Analisis Nilai Mean Persepsi Harga.....	85
4.3.1.5 Analisis Nilai Mean Kepuasan Pelanggan.....	86
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Implikasi Manajerial.....	88
5.2.1 Variabel Atribut Produk.....	88
5.2.2 Variabel Pengalaman Pelanggan.....	89
5.2.3 Variabel Persepsi Harga.....	91
5.2.4 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	92
5.3 Keterbatasan Hasil Penelitian.....	92
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
RIWAYAT HIDUP.....	97
LAMPIRAN	