

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Ilmiah atau Teoritis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	19
2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	19
2.1.1.1 Fungsi Manajemen	20
2.1.1.2 Peran Manajemen.....	23
2.1.1.3 Sarana Manajemen	24
2.1.1.4 Prinsip Manajemen	26
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen	29
2.1.2 Manajemen Pemasaran	32
2.1.2.1 Peranan Manajemen Pemasaran	33
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	35
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	37
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	39
2.1.2.5 Pengertian Pemasaran 4.0	42
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti	44
2.1.3.1 <i>Experimental Marketing</i>	44

2.1.3.2 <i>Emotional Brand</i>	55
2.1.3.3 Kepuasan Pelanggan	64
2.1.4 Peneliti Terdahulu yang Relevan	75
2.2 Kerangka Pemikiran	82
2.2.1 Pengaruh <i>Experimental Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	83
2.2.2 Pengaruh <i>Emotional Brand</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	84
2.2.3 Pengaruh <i>Experimental Marketing</i> dan <i>Emotional Brand</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	85
2.3 Hipotesis	88
BAB III METODE PENELITIAN	89
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	89
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	93
3.2.1 Definisi Operasional	92
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	98
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	96
3.3.1 Populasi	96
3.3.2 Sampel	98
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	100
3.4.1 Sumber Data	100
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	100
3.5 Teknik Analisis Data	102
3.5.1 Analisis Deskriptif	103
3.5.2 Analisis Verifikatif	106
3.5.2.1 Analisis Pengaruh <i>Experimental Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan dan <i>Emotional Brand</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	106
3.5.2.2 Analisis Pengaruh <i>Experimental Marketing</i> dan <i>Emotional Brand</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	110
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	113
3.6.1 Tempat Penelitian.....	113
3.6.2 Waktu Penelitian	113
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	114
4.1 Hasil Penelitian	114
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	114
4.1.1.1 Profil We.Craft_Style	114

4.1.1.2	Visi dan Misi We.Craft_Style.....	115
4.1.1.3	Struktur Organisasi dan Job Deskripsi We.Craft_Style.....	116
4.1.1.4	Karakteristik Responden	119
4.1.2	Deskripsi Variabel yang Diteliti	124
4.1.2.1	Deskripsi Variabel <i>Experimental Marketing</i> pada Pelanggan We.Craft_Style	126
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Emotional Brand pada Pelanggan We.Craft_Style.....	142
4.1.2.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan We.Craft_Style	155
4.1.3	Hasil Pengujian Hipotesis	166
4.1.3.1	Pengaruh <i>Experimental Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	166
4.1.3.2	Pengaruh <i>Emotional Brand</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	174
4.1.3.3	Pengaruh <i>Experimental Marketing</i> dan <i>Emotional Brand</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	182
4.2	Pembahasan	193
4.2.1	Pembahasan Mengenai Pengaruh <i>Experimental</i> <i>Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan We.Craft_Style.....	193
4.2.2	Pembahasan Mengenai Pengaruh <i>Emotional brand</i> terhadap Kepuasan Pelanggan We.Craft_Style	197
4.2.3	Pembahasan Mengenai Pengaruh <i>Experimental</i> <i>Marketing</i> dan <i>Emotional Brand</i> terhadap Kepuasan Pelanggan We.Craft_Style	201
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	205
5.1	Simpulan	205
5.2	Saran	206
	DAFTAR PUSTAKA	208
	LAMPIRAN.....	215