

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRACT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Kegunaan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Konsep <i>Brand Experience</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1 Brand Experience dalam Experiential Marketing...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Definisi Brand Experience.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Dimensi Brand Experience .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Konsep <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1 Perilaku Konsumen (Consumer Behaviour) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.4.2	Definisi Keputusan Pembelian ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3	Proses Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian: .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.5	Definisi Repurchase Intention .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.6	Dimensi Repurchase Intention.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4	Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2	Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Hipotesis Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.</b> <b>Error! Bookmark not defined.</b>		
3.1	Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.4	Populasi, Sample dan Teknik Penarikan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.4.1	Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.4.2	Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.4.3	Teknik Penarikan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.7 Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.7.2 Analisis Verivikatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Profil <i>Skin Care</i> dan Karakteristik Pelanggan <i>Skin Care</i> di Bandung .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Profil Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.1 Natasha Skin Care.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.2 Rosalin’s Klinik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.3 Erha Skin Care .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.4 Lazeta Skin Care.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.5 LBC Skin Care.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2 Profil Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Berdasarkan Karakteristik, Pengalaman, dan Penilaian Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Intensitas Berkunjung pada Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.2 Keterkaitan Intensitas berkunjung pada Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung dengan Usia dan Jenis Kelamin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.3 Keterkaitan Intensitas Berkunjung pada Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung dengan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.4 Keterkaitan Intensitas Berkunjung pada Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Pekerjaan dan Penghasilan. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.5 Keterkaitan Intensitas Berkunjung pada Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung dengan Biaya yang Dikeluarkan	

- dan Alasan Mengapa Menggunakan Jasa atau Produk tersebut.....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2 Gambaran *Brand Experience*, Kepuasan Pelanggan, *Repurchase Intention* dan Dimensinya pada Pelanggan Klinik *Skin Care* di Kota Bandung .....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1 Gambaran *Brand Experience* dan Dimensinya pada Pelanggan Klinik *Skin Care* di Kota Bandung..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1.1 Gambaran dimensi Sensory ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1.2 Gambaran dimensi Affective..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1.3 Gambaran Dimensi Behavioral . **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1.4 Gambaran Dimensi Intellectual . **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1.5 Rekapitulasi Dimensi Brand Experience ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2 Gambaran Kepuasan Pelanggan pada *Skin Care* di Kota Bandung .....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3 Gambaran *Repurchase Intention* dan Dimensinya pada *Skin Care* di Kota Bandung .....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3.1 Gambaran Dimensi Repeat Purchase Intention ... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3.2 Gambaran Dimensi Repurchase Probability..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3.3 Dimensi Word of Mouth..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3.4 Rekapitulasi Dimensi Repurchase Intention..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.1 Pengujian Secara Simultan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.2 Pengujian Secara Parsial.....**Error! Bookmark not defined.**

4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1	Pembahasan Gambaran <i>Brand Experience</i> , Kepuasan pelanggan dan <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2	Pembahasan Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Kepuasan pelanggan serta Dampaknya pada <i>Repurchase Intention</i> .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3	Pembahasan Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4	Pembahasan Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.5	Pembahasan Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI ....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	<b>Simpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	<b>Implikasi Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.1	<b>Temuan Penelitian Bersifat Teoritis ....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.2	<b>Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3	<b>Rekomendasi.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

1.2	Jumlah Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> Di Kota Bandung.....	4
2.1	<i>Economic Distinction</i> .....	8
2.2	Perubahan Fokus <i>Traditional Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i> .....	11
2.3	Difinisi <i>Brand Experience</i> .....	23
2.4	Dimensi <i>Brand Experience</i> .....	27
2.5	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	31
2.6	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	35
2.7	Definisi Keputusan Pembelian.....	39
2.8	Definisi <i>Repurchase Intention</i> .....	43
2.9	Dimensi <i>Repurchase Intention</i> .....	45
2.10	Penelitian Terdahulu.....	46
3.1	Operasional Variabel.....	57
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	68
3.2	Jumlah Rata-Rata Pasien Klinik <i>Skin Care</i> di Bandung.....	70
3.3	Populasi dan Sampel.....	71
3.4	Hasil Pengujian Validitas.....	76
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	79
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	81
4.1	Pengalaman Berdasarkan Intensitas Berkunjung pada Klinik <i>Skin Care</i> ..	88
4.2	Karakteristik Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	91
4.3	Karakteristik Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir.....	93
4.4	Karakteristik Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	94
4.5	Karakteristik Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Berdasarkan Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Uang Saku.....	96
4.6	Karakteristik Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung Berdasarkan Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan dan Alasan Menggunakan Produk atau Jasa Tersebut.....	97
4.7	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Sensory</i> pada <i>Brand Experience</i> .....	99
4.8	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Affective</i> pada <i>Brand Experience</i> .....	101
4.9	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Behavioral</i> pada <i>Brand Experience</i> .....	102

4.10	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Intellectual</i> pada <i>Brand Experience</i> .....	105
4.11	Rekapitulasi Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung tentang <i>Brand Experience</i> .....	107
4.12	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap Kepuasan Pelanggan .....	108
4.13	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Repeat Purchase Intention</i> pada <i>Repurchase Intention</i> .....	111
4.14	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Repurchase Probability</i> pada <i>Repurchase Intention</i> .....	113
4.15	Tanggapan Pelanggan <i>Skin Care</i> di Kota Bandung terhadap <i>Word Of Mouth</i> pada <i>Repurchase Intention</i> .....	115
4.16	Rekapitulasi Pelanggan Klinik <i>Skin Care</i> di Kota Bandung tentang <i>Repurchase Intention</i> .....	115
4.17	Pengujian Secara Simultan .....	117
4.18	Korelasi Antara <i>Brand Experience</i> , Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada <i>Repurchase Intention</i> .....	118
4.19	Pengujian Parsial .....	118
4.20	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	119

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Market Analisis.....	2
1.2 Pangsa Pasar <i>Skin Care</i> Di Kota Bandung.....	3
2.1 <i>Characteristics Of Tradisional Marketing</i> .....	11
2.2 <i>Five Stage Of The Consumer Buying Proses</i> .....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
2.4 Paradigma Penelitian.....	52
3.1 Struktur Hubungan Kausal Antara X, Y Dan Z.....	82
4.1 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Experience</i> .....	108
4.2 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan.....	110
4.3 Garis Kontinum Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	116
4.4 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada <i>Repurchase Intention</i> .....	118