

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori	17
1. <i>Expectation Disconfirmation Theory (EDT)</i>	17
2. <i>Customer Loyalty</i>	18
3. <i>Customer Satisfaction</i>	22
4. <i>Event Marketing</i>	26

5. <i>Relationship Marketing</i>	31
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis.....	37
D. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	51
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
A. Rancangan Penelitian.....	52
B. Objek Penelitian	53
C. Populasi	53
D. Sampel dan Teknik Sampling	54
1. Sampel.....	54
2. Teknik Sampling	55
3. Besaran Sampel.....	56
E. Jenis Data dan Prosedur Pengambilan Data.....	58
1. Jenis Data.....	58
2. Prosedur Pengambilan Data	59
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	60
G. Definisi Operasional Variabel	62
H. Skala Pengukuran Variabel	66
I. Uji Instrumen	67
J. Teknik Analisis Data	71
1. Analisis Deskriptif.....	71
2. Analisis Kuantitatif.....	71
BAB IV	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
A. Hasil Penelitian	78

a.	Analisis Deskriptif Responden.....	78
b.	Analisis Deskriptif Variabel.....	79
a.	<i>Outer Model</i>	85
b.	<i>Inner Model</i>	90
c.	<i>Hasil Uji Hopotesis</i>	96
B.	Pembahasan	103
1.	<i>Event Marketing</i> berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.	103
2.	<i>Relationship Marketing</i> berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.	105
3.	<i>Event Marketing</i> berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.	107
4.	<i>Relationship Marketing</i> berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.	109
5.	<i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.	110
6.	<i>Event Marketing</i> berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai variabel mediasi pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.....	112
7.	<i>Relationship Marketing</i> berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai variabel mediasi pada La Luz Ubud di Gianyar, Bali.....	114
BAB V		116
KESIMPULAN DAN SARAN		116
A.	Kesimpulan	116

B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	119