

ABSTRACT

Customer experience affects the existence of a company. Lessons learned by consumers, we can find out how to service companies to consumers. From the initial search provides information on the product by the consumer purchases and after purchase. A good customer experience can give a satisfaction to the consumer. Satisfaction that can change emerge a more precise recommendation is the word of mouth. When word of mouth can be divided into two: the positive word of mouth, where the customer experience is also gained positive. And conversely that the negative word of mouth, where the customer experience is also gained negative.

ABSTRAK

Pengalaman konsumen (*customer experience*) mempengaruhi keeksistensian sebuah perusahaan. Dari pengalaman yang didapat konsumen, kita dapat mengetahui bagaimana pelayanan dari perusahaan kepada konsumen. Mulai dari memberikan informasi pada awal pencarian produk oleh konsumen, pembelian, dan paska pembelian. *Customer experience* yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Dari kepuasan itulah, dapat muncul rekomendasi yang lebih tepatnya adalah *word of mouth*. Dimana *word of mouth* dapat dibagi menjadi dua: *word of mouth positive*, dimana *customer experience* yang didapat juga positif. Dan sebaliknya adalah *word of mouth yang negatif*, dimana *customer experience* yang didapat juga negatif.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 <i>Customer Experience</i>	5
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	6
2.1.3 Faktor-faktor dari perilaku konsumen.....	6
2.1.4 Total Kepuasan Pelanggan.....	7
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	7
2.1.6 Ekuitas Merek.....	11
2.1.7 Merek dan psikologi Konsumen.....	13
2.2 Rerangka Teori.....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Uji Normalitas.....	28
3.6 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.7 Uji Validitas.....	31
3.7.1 Hasil Uji Validitas.....	33
3.8 Uji Reliabilitas.....	36
3.8.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
3.9 Metode Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	39
4.1.1 Karakteristik Responden Sebagai Nasabah Bank Central Asia.....	39
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan/Deposito di Bank Central Asia.....	40
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan/Deposito Selain di Bank Central Asia...	40
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah Selain di Bank Central Asia.....	41
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah Bank Central Asia.....	42

4.2 Hasil Pengujian Pengaruh Customer Experience	
pada Word of Mouth.....	45
4.3 Pembahasan Hasil Uji.....	46

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	49
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	50
5.3 Implikasi Manajerial.....	50
5.4 Penelitian Mendatang.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Two Step Flow of Communication</i>	9
Gambar 2.2	Alur kepercayaan konsumen kepada merek.....	16

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	<i>Screening Question</i> Syarat Menjadi Responden Penelitian...	21
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.3	Uji Normalitas.....	29
Tabel 3.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	30
Tabel 3.5	KMO and Bartlett's Analisis Faktor Akhir.....	33
Tabel 3.6	<i>Rotated Component Matrix</i> Analisis Faktor Akhir.....	34
Tabel 3.7	Ringkasan Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 3.9	Model Persamaan Regresi Sederhana.....	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Dikelompokkan Dalam Nasabah Bank Central Asia.....	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan/Deposito Bank Central Asia.....	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan/Deposito Selain di Bank Central Asia.....	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah Selain di Bank Central Asia.....	41
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah di Bank Central Asia.....	42
Tabel 4.6	Uji Regresi Linier Sederhana.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	KUISIONER
Lampiran B	TOTAL AKTIVA
Lampiran C	HASIL UJI SPSS (<i>STATISTICAL PACKAGE FOR SOCIAL SCIENCES</i>)
Lampiran D	JURNAL PENELITIAN