

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Customer Loyalty.....	13
2.1.2 Customer Satisfaction.....	16
2.1.3 Customer Experience.....	19
2.1.4 Customer Trust.....	23
2.2 Kerangka Teori, Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis.....	26
2.2.1 Kerangka Teori.....	26

2.2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis .....	36
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
3.1.1 Waktu Penelitian .....	42
3.1.2 Tempat Penelitian .....	42
3.2 Desain Penelitian .....	43
3.3 Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1 Populasi Penelitian .....	43
3.3.2 Sampel Penelitian .....	44
3.4 Pengembangan Instrumen .....	46
3.4.1 <i>Customer Experience</i> .....	46
3.4.2 <i>Customer Trust</i> .....	48
3.4.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
3.4.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.6 Teknik Analisis Data .....	54
3.6.1 Uji Validitas .....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.6.3 Uji Hipotesis .....	56
<b>BAB 4 .....</b>	<b>58</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Deskripsi Data .....	58
4.2 Hasil .....	73
4.3 Pembahasan .....	82
<b>BAB 5 .....</b>	<b>90</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Implikasi .....	93
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	96

5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN.....	105



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model SEM Awal .....	57
Gambar 4.1 Model SEM Awal .....	76
Gambar 4.2 Model SEM Setelah Dimodifikasi .....	77
Gambar 4.3 Mekanisme Penentuan Nilai pada Uji Sobel .....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara dengan penggunaan <i>E-commerce</i> Tertinggi di Dunia.....	2
Tabel 1.2 10 Daerah dengan Penduduk Bertransaksi E-commerce Tertinggi di Indonesia.....	2
Tabel 1.3 Situs E-commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 2. 2 Model Penelitian.....	40
Tabel 3.1 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Experience</i> .....	46
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Trust</i> .....	48
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
Tabel 3.4 Kisi-kisi instrument variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	51
Tabel 3.5 Skala <i>Likert 5 Point's</i> .....	53
Tabel 3.6 <i>Goodnes of Fit Index</i> .....	56
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	61
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	63
Tabel 4.6 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	64
Tabel 4.7 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	66
Tabel 4.8 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Experience</i> .....	68
Tabel 4.9 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Customer Trust</i> .....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i> .....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Goodnes of Fit</i> Setelah Dimodifikasi .....	77
Tabel 4.13 Hasil Estimasi Pengolahan Data Amos .....	79
Tabel 4.14 Hasil Estimasi Pengolahan Data Amos.....	81