

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | v |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | vi |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | vii |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | viii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian..... | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 13 |
| BAB 2 KAJIAN TEORI | 15 |
| 2.1 Teori Pendukung | 15 |
| 2.1.1 <i>Expectancy Disconfirmation Theory</i> | 15 |
| 2.1.2 Loyalitas Pelanggan | 17 |
| 2.1.2 Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.1.3 <i>Experiential Marketing</i> | 23 |
| 2.1.4 Kepercayaan Konsumen..... | 28 |
| 2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis | 32 |
| 2.2.1 <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan | 32 |
| 2.2.2 Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan | 34 |
| 2.2.3 <i>Experiential Marketing</i> dan Kepuasan Pelanggan | 35 |
| 2.2.4 Kepercayaan Konsumen dan Kepuasan Pelanggan..... | 36 |
| 2.2.5 Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan | 37 |
| 2.2.6 Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan..... | 38 |
| 2.3 Hipotesis | 41 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 49 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian | 49 |
| 3.1.1 Waktu Penelitian..... | 49 |
| 3.2 Desain Penelitian..... | 50 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 51 |

| | |
|--|------------|
| 3.4 Pengembangan Instrumen..... | 54 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 63 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 64 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif..... | 64 |
| 3.6.2 Analisis <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)..... | 64 |
| 3.7.3 Analisis <i>Inner Model</i> (Model Struktural)..... | 68 |
| 3.8.3 Uji Hipotesis..... | 69 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 71 |
| 4.1 Deskripsi Data..... | 71 |
| 4.1.1 Profil Responden..... | 71 |
| 4.1.2 Profil Data..... | 75 |
| 4.2 Analisis Mearsument Model (<i>Outer Model</i>)..... | 82 |
| 4.2.1 <i>Variance Inflantion Factor</i> (VIF)..... | 83 |
| 4.2.2 <i>Convergent Validity</i> | 84 |
| 4.2.3 <i>Discriminant Validity</i> | 85 |
| 4.2.4 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)..... | 87 |
| 4.2.5 <i>Composite Reliability</i> | 87 |
| 4.2.6 <i>Cronbach's Alpha</i> | 88 |
| 4.3 Analisis <i>Inner Model</i> | 89 |
| 4.3.1 <i>T-Statistics</i> | 89 |
| 4.3.2 <i>R-Square</i> | 90 |
| 4.3.3 <i>F-Square</i> | 91 |
| 4.4 Pengujian Hipotesis..... | 93 |
| 4.4.1 Analisis <i>Direct Effect Path Coefficient</i> | 93 |
| 4.4.2 Analisis <i>Indirect Effect Path Coefficient</i> | 96 |
| 4.5 Pembahasan..... | 97 |
| 4.5.1 <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 97 |
| 4.5.2 Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 99 |
| 4.5.3 <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 100 |
| 4.5.4 Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 101 |
| 1.5.5 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 102 |
| 4.5.6 <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan..... | 103 |
| 4.5.7 Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.... | 105 |
| BAB 5 PENUTUP..... | 108 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 108 |
| 5.2 Implikasi..... | 109 |
| 5.2.1 Implikasi Teoretis..... | 109 |

| | |
|---|-----|
| 5.2.2 Implikasi Praktis | 113 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 114 |
| 5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya | 115 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Alasan Konsumen Berbelanja Daring | 2 |
| Gambar 1.2 Tren Pengguna E-Commerce di Indonesia 2017-2023 | 3 |
| Gambar 1.3 Marketplace Pilihan Indonesia di Tahun 2023..... | 4 |
| Gambar 1.4 Platform E-commerce Pilihan Responden Untuk Berbelanja | 5 |
| Gambar 1.5 Ulasan Pelanggan Pengguna Shopee..... | 10 |
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 41 |
| Gambar 4.1 Outer Model Penelitian | 83 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan | 42 |
| Tabel 3.1 Timeline Penelitian | 49 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan | 55 |
| Tabel 3.3 Operasional Variabel Experiential Marketing | 57 |
| Tabel 3.4 Operasional Variabel Kepercayaan Konsumen | 59 |
| Tabel 3.5 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan | 62 |
| Tabel 3.6 Skala Likert..... | 64 |
| Tabel 3.7 Rule of Thumb Analisis Outer Model..... | 67 |
| Tabel 3.8 Rule of Thumb Inner Model | 69 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 71 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia | 72 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan..... | 72 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 73 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Domisili..... | 74 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Experiential Marketing (X1) | 75 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Experiential Marketing (X1) | 76 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan Konsumen (X2) | 77 |
| Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan Konsumen (X2) | 78 |
| Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 79 |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 80 |
| Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Z) | 81 |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Z) | 82 |
| Tabel 4.14 Hasil Pengujian VIF..... | 84 |
| Tabel 4.15 Outer Loading Factor..... | 84 |
| Tabel 4.16 Discriminant Validity HTMT | 85 |
| Tabel 4.17 Discriminant Validity Loading Factor | 86 |
| Tabel 4.18 Nilai Average Variance Extracted (AVE) | 87 |
| Tabel 4.19 Hasil Composite Reliability | 88 |
| Tabel 4.20 Hasil Cronbach's Alpha | 88 |
| Tabel 4.21 Hasil T-Statistics | 89 |
| Tabel 4.22 Hasil R-Square | 91 |
| Tabel 4.23 Hasil Pengujian F-Square (F^2) | 92 |
| Tabel 4.24 Hasil Patch Coefficients..... | 93 |
| Tabel 4.25 Hasil Path Coefficient..... | 96 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Surat Persetujuan Skripsi..... | 127 |
| Lampiran 2. Surat Persetujuan Seminar Proposal..... | 128 |
| Lampiran 3. Format Saran dan Perbaikan Seminar Proposal Skripsi | 129 |
| Lampiran 4. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi..... | 130 |
| Lampiran 5. Format Saran dan Perbaikan Skripsi | 131 |
| Lampiran 6. Lembar Persetujuan Perbaikan Setelah Seminar Hasil Skripsi | 133 |
| Lampiran 7 Kuesioner Penelitian Skripsi | 134 |
| Lampiran 8 Tabulasi Uji Validitas Penelitian X1, X2, Y, dan Z..... | 137 |
| Lampiran 9 Hasil Cek Plagiasi Turnitin | 157 |
| Lampiran 10 Daftar Riwayat Peneliti | 158 |

