

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Andreani, F. (2014), *Pengaruh Pengalaman pelanggan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*, hlm 322-340.
- Creswell, J.W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach: Fourth edition*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Creswell, J.W. 2012 *Educational research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research 4th Edition*. Boston: Pearson
- Dagustani, D. A. (2011), *Analisis Hubungan Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
- Direktorat Statistik Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Perkebunan. 2020. *Statistik Kopi Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Desertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. I. (2011), *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Atribut Produk terhadap Citra merek*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hasan, A. (2013), *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan CAPS (Center for Academic Publishing Service)*, Jakarta: Erlangga.
- Irawan, H. 2008. *Membedah strategi Kepuasan Pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, ed. 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2009), *Manajemen Pemasaran*, ed. 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2009), *Manajemen Pemasaran*, ed. 12, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2012), *Manajemen Pemasaran*, ed. 14, Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. P dan Olson, J. C. (2013), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, ed. 9, Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Priyatno, D. (2012), *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Saputri, M. E. dan Pranata, T. R. (2014), *Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Iphone*, Vol 13, No.3, hlm 193-201.
- Semuel, H dan Dharmayanti, D. (2013), *Pengaruh Pengalaman pelanggan Quality terhadap Kepuasan pelanggan dan Customer Loyalty*, Vol 1, No. 1, hlm 1-15.

- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Off
- Tjiptono, F. (2011), *Pemasaran Jasa*, Jatim: Bayumedia.
- Umar, H. (2005), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta:PTRaja Grafindo Persada.
- Wibowo, L. A. (2010), *Experiential Marketing Pengaruhnya Terhadap Branded Pengalaman pelanggan Dan Loyalitas*, hlm 1-19.

ARTIKEL ILMIAH

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019a). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1)
- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2, 71–87.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Eexperience Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 143–148.
- Bhatti, H. S. (2019). *The influence of pengalaman pelanggan on customer loyalty for the mobile telecommunication services*.
- Cahyani, A., Gunadi, I. M. A., & Mbulu, Y. P. (2019). *Pengaruh Pengalaman pelanggan Terhadap Niat membeli kembali Pada PT. Traveloka Indonesia*. 1, 12.
- Dawi, N., Jusoh, A., Streimikis, J., & Mardani, A. (2018). The influence of service quality on customer satisfaction and customer behavioral intentions by moderating role of switching barriers in satellite pay TV market. *Economics & Sociology*, 11(4), 198–218.
- Diyanti, S., Yuliniar, Y., & Suharyati, S. (2021). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan dan Repurchase Intention pada E-commerce Shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 677–689.
- Duarte, Paulo, Susana Costae Silva, M.B.F. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 161–169.
- Fachriel, F. (2014). Pengaruh Diskon Dan Kartu Member Terhadap Niat Beli Konsumen (Kasus Pada Matahari Departement Store Jayapura). *Future : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 134–14
- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai

- Variabel Intervening: Studi Pada Pengguna E-Commerce X di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 592-610
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen . *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.
- Isnandini, N., & Suhermin, S. (2018). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(4),
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 1(2),
- Maulana, F., & Dwi Santy. (2021). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Kasus Terhadap Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *JEMBA (Journal of Economics, Management, Business and Accounting)*, 1(1), 84–92.
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 6(1).
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention. *International Journal of Business and Management*, 8(6),
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). *Online pengalaman pelanggan, satisfaction and niat membeli kembali for online clothing retailing.*
- Salam, H. N., Tresnati, R., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan Ozt Café And Steakhouse Bandung). *Prosiding Manajemen; Vol 3, No 2, Prosiding Manajemen (Agustus,2017);1139-1145*
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di Storia Caffè Mmxvi. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 19553.

WEBSITE

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Fase 2019-2020 dan 2021-2022. (online). (<https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>) diakses pada tanggal 01 November 2022
- Cindy Mutia Annur. Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Databoks.Katadata.Co.Id. Retrieved December 15, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapuwTPremiumish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Imansyah, B (2017). *Lazada E-commerce Paling Banyak di Kunjungi awal 2017*
(online). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/09/lazada-e-commerce-paling-ramaipengunjung>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Tahun	2022																2023								
		Bulan	Oktober				Januari				Februari				Mei				Juni								
		Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1.	Pengajuan Administrasi			■																							
2	Pengusulan Judul Skripsi					■	■																				
3	Penulisan Bab 1,2,3							■	■	■	■	■															
4	Bimbingan Usulan Penelitian					■	■			■	■	■															
5	Sidang Usulan Penelitian												■														
6	Revisi Usulan Penelitian													■	■												
7	Penyusunan Penelitian dan Pengolahan data													■	■	■	■										
8	Bimbingan dan revisi skripsi																			■	■	■	■				
9	Sidang skripsi																								■		
10	Skripsi akhir																									■	

Lampiran 2: Kuisisioner Penelitian

Pertanyaan Jawaban 50 Setelan

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (Survey pada pengguna Lazada di Kota Tasikmalaya)

Bersama ini, saya Dini Lestari Mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Siliwangi memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuisisioner yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan sangat berarti bagi saya dalam rangka menyelesaikan penelitian proposal skripsi guna menyelesaikan studi sarjana Manajemen yang berjudul "PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (Survey pada pengguna Lazada di Kota Tasikmalaya)

Petunjuk Pengisian :

Skala 1-5 menunjukkan kecenderungan untuk tidak setuju
Skala 6-10 menunjukkan kecenderungan untuk setuju.

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 2 dari 6

Bagian Pertanyaan

Deskripsi (opsional)

Anda menginstal aplikasi Lazada pada smartphone atau gadget anda? *

Ya

Anda sudah pernah melakukan transaksi pembelian di aplikasi Lazada lebih dari satu kali? *

Ya

Tidak

Bagian 3 dari 6

Data Informasi ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

Nama *

Teks jawaban singkat
.....

Jenis Kelamin *

Laki-Laki

Perempuan

Usia *

18-28 tahun

29-39 tahun

40-50 tahun

Diatas 50 tahun

Pekerjaan *

Pelajar/Mahasiswa

Pegawai Negeri

Karyawan

Wiraswasta

Lainnya...

Lampiran 3: Data Hasil Kusioner Penelitian

NO	Pengalaman Pelanggan						Kepuasan Pelanggan					Niat Membeli Kembali			
	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	RI1	RI2	RI3	RI4
1	8	7	6	8	8	6	8	8	8	7	8	8	6	7	6
2	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	7	8
3	6	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	7	8
4	7	7	6	8	7	7	6	7	7	7	6	8	8	6	7
5	6	7	8	8	7	7	7	7	7	7	8	7	7	6	6
6	8	10	8	8	8	8	7	7	8	8	8	8	8	8	8
7	6	7	7	8	6	6	7	7	8	8	8	6	6	7	6
8	7	8	8	8	7	6	6	7	7	7	5	8	7	7	7
9	6	7	7	7	7	5	6	8	7	7	7	8	7	7	7
10	7	8	8	8	7	6	7	8	8	8	8	7	7	6	7
11	9	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	8	7
12	7	7	7	8	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6
13	6	7	7	6	8	6	7	6	6	8	7	6	6	6	8
14	7	6	7	7	7	7	8	7	7	7	7	8	7	8	8
15	8	9	7	7	8	7	8	8	8	8	6	6	5	7	6
16	8	9	8	9	8	9	7	7	7	7	7	8	6	8	7
17	7	8	7	7	8	8	8	8	8	7	7	9	8	8	8
18	7	7	6	6	7	7	8	8	8	9	8	7	7	6	8
19	9	9	8	8	8	8	8	8	9	10	10	7	9	8	7
20	6	6	5	6	5	7	6	6	6	7	7	6	7	7	8
21	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	7	8	8	7	7
22	6	7	6	7	7	6	6	6	7	7	8	6	8	7	7
23	8	10	8	9	9	7	8	8	8	8	8	7	8	8	7
24	8	7	7	8	8	7	7	7	8	8	7	8	9	8	8
25	8	6	8	8	7	7	6	7	6	7	7	6	6	7	8
26	8	6	7	6	8	7	8	6	6	7	7	6	8	6	7
27	6	5	5	6	6	7	6	6	6	6	5	5	6	5	5
28	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7
29	6	6	7	7	7	7	7	8	7	8	7	6	7	6	7
30	6	7	7	8	7	7	8	8	6	7	6	7	7	7	6
31	6	6	7	7	7	8	8	8	9	6	6	7	7	8	7
32	7	6	6	6	6	6	8	8	8	8	8	8	8	7	7
33	6	6	7	6	7	5	6	8	7	6	7	8	6	6	7
34	8	7	8	7	8	8	7	8	9	8	8	7	8	7	8
35	8	8	10	8	8	7	8	8	8	8	9	8	8	8	8
36	6	6	6	6	7	7	7	7	7	8	8	6	7	8	8

37	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
38	7	7	7	8	8	7	6	7	6	8	8	6	7	7	8
39	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	7	8	6	6	6
40	6	8	6	7	6	7	8	7	7	7	7	8	8	7	7
41	6	7	6	7	8	6	7	7	6	7	7	6	6	8	6
42	6	7	7	8	7	7	7	8	10	8	7	9	8	7	7
43	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6
44	5	6	7	7	7	6	7	6	7	8	7	6	6	6	6
45	7	7	8	7	7	6	6	6	7	7	5	7	5	7	5
46	6	8	8	8	8	8	7	8	8	8	7	9	8	8	8
47	6	6	7	6	6	7	7	8	6	7	8	6	6	6	6
48	7	8	7	8	7	8	7	8	7	6	7	7	7	8	6
49	7	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	7	6
50	7	8	8	10	8	9	8	7	7	9	7	8	7	7	6
51	6	8	7	8	7	7	6	6	6	8	7	6	6	7	8
52	6	7	7	6	7	6	6	8	7	8	8	7	6	8	6
53	6	6	7	8	8	6	8	8	8	8	8	6	6	7	7
54	6	6	8	8	8	9	8	8	7	8	8	8	8	8	8
55	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	7	5	6
56	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6	7	7	6	6	8
57	6	10	8	8	8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	8
58	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	7	8	8	8
59	6	7	8	8	7	6	8	6	7	6	6	7	7	7	7
60	6	6	6	5	5	5	6	7	7	7	7	5	5	7	5
61	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
62	8	8	8	8	8	9	8	8	8	7	8	8	8	8	8
63	7	7	7	8	7	8	8	7	7	5	5	7	7	8	7
64	6	7	7	8	8	8	6	6	7	8	6	6	7	7	6
65	6	6	7	6	7	8	6	6	7	8	7	6	7	7	8
66	8	7	8	7	7	7	7	6	8	7	8	7	8	7	8
67	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	7
68	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	7	7	7	8	7	7	8	9	7	9	8	7	7	8	9
70	6	7	7	6	6	6	7	8	6	7	7	6	7	8	6
71	7	8	9	9	10	10	9	8	7	8	8	7	7	8	8
72	8	8	7	6	8	7	6	7	8	6	6	6	6	8	7
73	6	7	7	6	8	7	7	7	8	7	7	6	7	8	8
74	7	7	8	9	8	8	7	7	8	6	5	7	7	8	7
75	6	7	7	7	8	6	6	6	7	7	7	8	8	6	6
76	8	7	6	6	6	7	8	7	6	8	8	7	7	6	5

117	6	6	6	6	7	7	8	6	6	7	6	7	7	7	6
118	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6
119	6	6	6	5	5	5	6	7	7	7	5	7	7	7	7
120	6	7	6	7	8	6	7	6	6	7	6	7	7	8	6
121	8	7	8	5	8	8	8	8	7	7	7	6	6	7	7
122	6	6	7	6	6	6	6	7	7	8	7	7	6	7	8
123	8	7	6	7	8	8	7	6	7	7	7	7	7	7	8
124	7	7	7	8	7	8	8	8	9	9	9	8	7	7	8
125	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	8	9	8	7	7
126	7	7	7	7	7	8	8	7	6	7	6	5	5	7	5
127	7	9	9	9	8	8	8	8	8	8	8	9	8	7	8
128	6	7	7	7	7	6	7	7	6	8	7	6	6	7	6
129	6	7	7	8	7	6	6	7	7	6	8	6	8	7	8
130	6	6	6	7	7	7	7	8	8	8	8	7	7	6	7
131	7	7	7	8	8	8	7	7	8	7	7	7	6	6	7
132	6	6	6	8	8	8	7	6	8	7	7	7	7	7	8
133	8	8	9	8	7	8	8	8	9	7	8	7	8	6	8
134	7	7	7	7	7	8	8	8	8	7	6	6	7	6	7
135	6	6	8	6	7	7	6	7	7	6	6	7	7	7	8
136	6	7	8	7	8	7	6	7	8	8	7	7	7	7	6
137	7	9	8	8	8	8	8	9	8	9	10	8	8	8	8
138	6	8	6	7	8	8	7	8	8	8	8	7	6	7	8
139	8	8	7	7	8	8	7	6	7	8	8	7	8	8	8
140	7	7	6	6	8	6	6	6	7	6	8	6	6	7	7
141	6	6	5	7	7	7	7	7	7	7	6	7	8	5	8
142	7	8	7	8	8	9	8	8	7	8	8	7	7	6	7
143	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
144	6	6	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	8	6	6
145	6	6	7	6	6	7	7	8	8	7	7	7	7	6	8
146	7	7	7	6	8	8	8	9	8	8	8	8	8	7	9
147	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	8	7	6	8
148	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	8	8	8
149	7	7	7	8	8	8	7	7	6	6	7	7	7	7	7
150	7	6	6	6	7	7	8	8	8	8	7	8	8	7	6
151	7	8	6	7	8	8	6	6	7	6	6	7	7	7	8
152	7	8	8	8	8	8	7	7	7	7	7	8	7	7	8
153	7	7	7	6	8	8	7	7	7	7	6	8	7	7	6
154	6	6	6	6	7	7	7	7	8	6	6	8	8	6	6
155	8	8	9	8	8	8	8	9	8	8	8	8	8	7	8
156	8	7	7	8	6	6	7	8	7	7	8	8	8	7	7

197	8	8	7	8	8	7	10	10	8	9	10	8	8	9	7
198	6	9	9	9	9	10	8	7	7	7	8	9	9	9	9
199	8	8	7	7	8	8	9	8	8	9	8	8	8	9	8
200	8	9	7	7	8	8	8	8	7	7	8	8	10	10	8
201	8	8	7	8	8	8	9	8	7	8	9	8	7	9	8
202	8	10	8	9	9	9	8	8	9	8	8	9	9	10	8
203	9	8	7	8	8	8	8	8	7	8	8	8	9	8	8
204	7	9	8	8	8	8	8	8	8	8	9	8	7	8	7
205	8	9	8	9	8	9	8	7	7	8	8	8	8	9	8
206	8	8	8	8	8	7	9	8	8	8	8	8	9	8	8
207	6	9	9	8	8	8	8	9	8	7	8	8	8	9	8
208	8	9	8	7	8	8	7	8	8	7	7	8	8	8	7
209	8	8	7	7	8	8	8	8	9	9	8	9	9	8	8
210	7	8	8	8	9	9	8	8	7	7	8	7	7	8	8
211	8	8	8	8	9	7	8	9	8	8	9	7	7	8	7
212	8	8	8	7	7	7	8	8	7	7	7	9	7	8	8
213	8	8	8	8	8	8	8	8	7	7	8	7	8	9	8
214	7	9	9	8	8	8	8	8	8	7	7	9	8	9	8
215	9	8	8	9	8	8	8	8	9	8	7	7	8	8	8
216	8	8	8	8	7	8	8	8	8	7	7	7	9	7	8
217	8	8	9	8	7	7	9	9	8	8	9	7	7	8	9
218	6	9	9	9	9	9	8	8	8	8	8	8	8	7	8
219	6	8	8	9	9	8	8	9	7	8	8	8	8	7	8
220	8	9	8	7	8	8	8	8	8	9	8	8	8	8	7
221	8	9	7	7	8	8	8	8	8	7	7	8	7	8	8
222	8	8	8	8	8	7	8	8	8	8	8	9	7	8	8
223	8	8	8	7	7	7	9	9	8	8	9	9	8	8	9
224	8	8	9	8	8	9	8	8	7	7	8	8	7	8	8
225	8	7	8	8	8	8	9	10	8	9	8	7	7	8	7
226	9	9	9	9	8	9	8	8	7	8	7	9	8	8	8
227	9	7	8	8	7	9	8	9	7	8	8	8	8	8	8
228	9	8	8	7	9	7	9	9	8	8	9	7	8	9	7
229	9	7	8	7	9	7	8	7	8	8	8	8	8	7	8
230	9	8	9	8	9	8	9	8	9	9	9	9	9	8	7
231	9	9	8	9	8	9	8	7	8	8	7	7	8	9	8
232	8	8	8	8	8	8	8	7	7	7	7	8	9	9	9
233	9	6	7	8	8	6	7	8	7	7	7	8	8	8	6
234	6	6	6	7	8	7	8	7	8	9	9	8	8	8	7
235	6	6	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	8	7
236	9	9	8	8	9	9	8	7	7	9	8	8	9	10	9

237	7	9	9	9	9	10	7	8	8	8	8	7	7	8	7
238	7	9	8	8	9	7	7	9	9	8	10	9	8	9	8
239	6	7	9	8	9	9	8	8	7	7	7	7	7	8	7
240	7	7	9	8	7	7	8	9	8	7	8	8	8	9	7
241	6	6	7	7	7	7	6	6	6	7	7	8	8	8	8
242	7	9	8	8	7	7	9	9	8	9	8	8	8	10	7
243	6	9	9	8	8	9	7	7	8	7	7	7	7	9	7
244	9	9	8	7	8	7	9	7	8	7	7	9	9	9	9
245	7	9	9	9	9	9	8	7	8	8	7	8	8	7	7
246	9	9	9	8	7	8	8	9	7	9	8	8	8	9	7
247	8	8	8	8	7	7	7	8	7	8	8	10	9	9	9
248	6	7	7	7	7	7	7	8	8	8	10	8	8	8	8
249	9	8	9	8	9	8	7	8	8	7	9	9	8	10	9
250	7	7	8	8	8	7	7	9	8	8	7	9	8	9	8
251	9	8	9	9	9	8	9	8	8	8	8	8	7	8	8
252	7	7	8	7	9	8	7	8	7	7	7	8	7	9	8
253	7	8	8	9	9	10	7	8	7	8	8	8	8	9	9
254	6	8	7	7	7	8	9	8	8	8	9	7	7	8	9
255	6	7	6	7	7	8	7	8	6	7	6	7	7	8	6
256	7	8	7	7	7	9	7	7	8	7	7	9	8	9	8
257	6	8	7	8	8	7	7	7	8	9	7	9	7	8	7
258	6	6	7	6	6	8	6	8	7	6	6	7	7	6	6
259	7	8	8	6	7	8	6	7	6	8	6	6	7	8	6
260	6	9	8	8	8	10	8	8	9	8	9	9	8	9	8
261	7	8	8	8	8	8	8	7	8	7	8	7	7	7	7
262	7	9	8	7	9	9	9	9	9	9	9	9	9	8	10
263	9	9	8	7	7	9	7	8	8	8	8	8	8	9	7
264	6	9	9	8	9	9	9	9	9	9	8	10	8	9	9
265	7	9	8	7	9	9	7	8	9	8	6	9	8	9	7
266	8	9	7	8	9	8	9	9	9	9	9	9	8	9	8
267	7	9	8	9	9	9	7	7	8	8	8	9	9	9	8
268	7	7	8	8	6	6	7	6	7	7	8	8	7	8	6
269	6	6	7	7	8	7	8	6	7	6	7	6	8	6	6
270	6	6	7	7	7	7	8	7	7	7	6	7	6	6	7
271	6	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	9	7	6	7
272	7	6	7	7	6	6	6	7	6	7	7	6	6	6	6
273	7	9	9	8	9	9	10	9	10	8	10	8	9	8	9
274	8	8	6	7	7	7	7	8	9	7	9	8	8	8	7
275	7	8	6	8	7	8	7	6	8	7	7	8	7	8	6
276	7	9	8	7	9	8	7	9	8	8	9	7	8	8	9

277	6	9	9	8	7	8	10	10	8	9	10	10	9	8	8
278	6	6	7	8	7	6	6	7	7	7	6	6	6	7	6
279	6	6	7	8	7	6	6	6	7	7	8	8	6	7	6
280	6	6	8	7	6	7	6	7	6	6	7	8	7	8	7
281	7	7	6	6	7	6	6	7	8	8	7	6	7	6	6
282	6	7	6	7	8	6	7	8	6	6	8	6	6	8	6
283	6	9	9	9	8	9	9	7	7	9	7	9	9	8	9
284	6	8	8	7	7	8	9	9	9	10	9	9	9	8	7
285	7	10	9	9	8	9	9	7	8	9	8	9	7	8	7
286	6	6	7	6	7	7	7	8	7	6	6	7	6	6	6
287	6	7	7	6	7	6	7	6	8	8	7	8	6	7	6
288	6	6	7	7	7	7	8	8	6	7	7	6	7	8	7
289	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	6	7	8	7	6
290	8	8	8	7	7	7	7	7	7	8	6	9	9	10	7
291	6	10	9	9	8	9	9	8	7	9	7	9	10	9	7
292	9	8	8	8	7	7	7	9	7	9	8	9	9	9	9
293	6	6	7	7	7	6	6	7	8	8	7	8	6	6	7
294	6	8	7	6	7	7	8	7	6	8	7	6	6	7	8
295	7	9	8	8	7	10	9	7	7	8	7	9	8	7	8
296	6	7	6	7	8	7	6	7	6	9	7	7	6	8	8
297	6	7	6	6	7	7	7	8	7	6	6	7	6	8	6
298	6	6	7	6	6	7	7	6	6	7	8	7	8	6	6
299	10	9	8	7	7	7	8	8	7	8	8	8	8	9	10
300	9	6	7	8	7	8	9	9	7	8	8	8	6	6	7

Lampiran 4: Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM

1. Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
RI4	5,000	10,000	-,226	-1,599	-,510	-1,803
RI3	5,000	10,000	-,015	-,106	-,225	-,797
RI2	5,000	10,000	-,278	-1,968	-,371	-1,313
RI1	5,000	10,000	-,160	-1,131	-,504	-1,782
CS5	5,000	10,000	,036	,256	,010	,037
CS4	5,000	10,000	-,149	-1,056	,086	,306
CS3	5,000	10,000	-,117	-,828	-,100	-,354
CS2	5,000	10,000	-,180	-1,273	-,260	-,918
CS1	5,000	10,000	-,031	-,221	-,498	-1,760
CE1	5,000	10,000	,360	2,549	-,691	-2,442
CE2	5,000	10,000	,144	1,017	-,678	-2,398
CE3	5,000	10,000	-,185	-1,307	-,372	-1,315
CE4	5,000	10,000	-,247	-1,747	-,348	-1,232
CE5	5,000	10,000	-,160	-1,131	-,027	-,096
CE6	5,000	10,000	,014	,098	-,304	-1,075
Multivariate					5,164	1,980

2. Evaluasi Univariate Outlier

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(CE1)	300	-1.97707	2.95738	.0000000	1.0000000
Zscore(CE2)	300	-2.16952	2.25206	.0000000	1.0000000
Zscore(CE3)	300	-2.41036	2.74733	.0000000	1.0000000
Zscore(CE4)	300	-2.39980	2.74263	.0000000	1.0000000
Zscore(CE5)	300	-2.71085	2.74724	.0000000	1.0000000
Zscore(CE6)	300	-2.17533	2.47944	.0000000	1.0000000
Zscore(CS1)	300	-2.48006	2.83436	.0000000	1.0000000
Zscore(CS2)	300	-2.58060	2.70030	.0000000	1.0000000
Zscore(CS3)	300	-2.47840	2.74295	.0000000	1.0000000
Zscore(CS4)	300	-2.74018	2.69668	.0000000	1.0000000
Zscore(CS5)	300	-2.33741	2.38781	.0000000	1.0000000
Zscore(RI1)	300	-2.27474	2.49078	.0000000	1.0000000
Zscore(RI2)	300	-2.27370	2.68349	.0000000	1.0000000
Zscore(RI4)	300	-2.20792	2.66966	.0000000	1.0000000
Zscore(RI3)	300	-2.26922	2.34928	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	300				

3. Evaluasi Multivariative Outlier

Max distance = CHINV (0,01;15) = 30,57791

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
291	29,912	,012	,975
195	29,389	,014	,929
83	29,376	,014	,807
300	29,170	,015	,674
15	26,847	,030	,948
283	26,187	,036	,961
57	26,169	,036	,920
259	26,148	,036	,858
299	25,883	,039	,835
175	25,697	,041	,796
110	25,522	,043	,755
295	25,436	,044	,683
91	25,386	,045	,594
31	24,978	,050	,649
141	24,536	,057	,723
121	24,292	,060	,728
284	24,043	,064	,739
99	23,987	,065	,678
1	23,908	,067	,624
50	23,703	,070	,630
19	23,488	,074	,644
285	23,455	,075	,574
265	23,306	,078	,562
282	23,262	,079	,498
233	23,198	,080	,447
290	23,188	,080	,371
296	23,172	,081	,302
109	23,123	,082	,256
197	22,901	,086	,288
173	22,854	,087	,244
45	22,806	,088	,205
129	22,702	,091	,192
20	22,577	,094	,188
72	22,532	,095	,156

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
77	22,493	,096	,127
292	22,439	,097	,106
200	22,374	,098	,091
244	22,364	,099	,066
76	22,117	,105	,094
96	22,092	,105	,073
63	21,935	,110	,082
249	21,791	,113	,089
82	21,564	,120	,123
273	21,338	,126	,165
198	21,329	,127	,130
119	21,320	,127	,101
268	21,203	,130	,106
26	21,176	,131	,085
81	21,144	,132	,070
42	21,128	,133	,053
13	20,903	,140	,081
269	20,857	,141	,069
242	20,666	,148	,095
271	20,616	,150	,084
33	20,601	,150	,065
258	20,533	,152	,061
71	20,420	,156	,067
11	20,339	,159	,066
238	20,151	,166	,092
126	20,134	,167	,074
234	20,134	,167	,056
169	19,982	,173	,071
74	19,933	,175	,064
60	19,789	,180	,080
23	19,749	,182	,070
167	19,661	,185	,073
133	19,518	,191	,092
274	19,428	,195	,096
275	19,378	,197	,089
132	19,311	,200	,087
276	19,223	,204	,092
111	19,021	,213	,140
59	18,987	,214	,125

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
279	18,918	,217	,125
228	18,811	,222	,141
246	18,724	,227	,149
260	18,699	,228	,131
230	18,673	,229	,114
263	18,656	,230	,096
180	18,549	,235	,111
65	18,481	,238	,112
294	18,469	,239	,092
8	18,412	,242	,090
25	18,409	,242	,071
98	18,409	,242	,055
298	18,406	,242	,043
219	18,404	,242	,032
264	18,162	,254	,070
236	18,110	,257	,067
243	18,084	,258	,058
287	18,030	,261	,056
16	17,981	,264	,054
227	17,977	,264	,042
69	17,962	,265	,034
253	17,885	,269	,037
239	17,868	,270	,030
39	17,856	,270	,024
229	17,852	,271	,018
254	17,840	,271	,014
280	17,703	,279	,022

4. Evaluasi Multikoloniaritas dan Singularitas Eigenvalues

7,651 1,082 ,945 ,749 ,654 ,610 ,529 ,517 ,464 ,402 ,353 ,324 ,299 ,286 ,272

Determinant of sample covariance matrix =,000006

Lampiran 5: Evaluasi Goodness of Fit

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	33	180,016	87	,000	2,069
Saturated model	120	,000	0		
Independence model	15	2413,924	105	,000	22,990

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,040	,928	,901	,673
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,446	,243	,135	,213

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,925	,910	,960	,951	,960
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,829	,767	,795
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	93,016	58,404	135,394
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	2308,924	2152,688	2472,514

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	,602	,311	,195	,453
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	8,073	7,722	7,200	8,269

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,060	,047	,072	,094
Independence model	,271	,262	,281	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	246,016	249,747	368,240	401,240
Saturated model	240,000	253,569	684,454	804,454
Independence model	2443,924	2445,620	2499,480	2514,480

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	,823	,707	,965	,835
Saturated model	,803	,803	,803	,848
Independence model	8,174	7,651	8,721	8,179

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	183	201
Independence model	17	18

Lampiran 6: Uji Validitas dan Realibilitas

1. Standirized Direct Effect

	Customer_Experi ence	Customer_Satisfa ction	Repurchase_Intent tion
Customer_Satisfa ction	,807	,000	,000
Repurchase_Intent ion	,578	,318	,000
RI4	,000	,000	,707
RI3	,000	,000	,707
RI2	,000	,000	,756
RI1	,000	,000	,765
CS5	,000	,723	,000
CS4	,000	,714	,000
CS3	,000	,719	,000
CS2	,000	,753	,000
CS1	,000	,751	,000
CE1	,544	,000	,000
CE2	,827	,000	,000
CE3	,765	,000	,000
CE4	,730	,000	,000
CE5	,753	,000	,000
CE6	,764	,000	,000

2. Tabel Uji Realibilitas

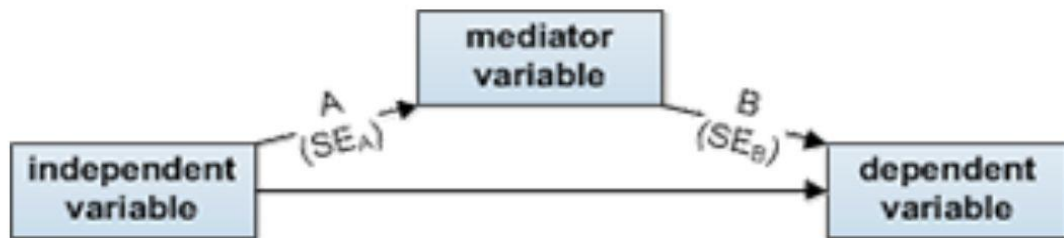
CR > 0,70 dan AVE > 0,50

No	Indikator	SLF	SLF ²	E	CR	AVE
1	CE1	0,544	0,295936	0,704064		
2	CE2	0,827	0,683929	0,316071		
3	CE3	0,765	0,585225	0,414775		
4	CE4	0,73	0,5329	0,4671		
5	CE5	0,753	0,567009	0,432991		
6	CE6	0,764	0,583696	0,416304		
TOTAL		4,383	3,248695	2,751305		
		19,21069				
1	CS1	0,751	0,564001	0,435999	0,852403	0,536099
2	CS2	0,753	0,567009	0,432991		
3	CS3	0,719	0,516961	0,483039		
4	CS4	0,714	0,509796	0,490204		
5	CS5	0,723	0,522729	0,477271		
TOTAL		3,66	2,680496	2,319504		
		13,3956				
1	RI1	0,765	0,585225	0,342488301	0,880524	0,648501
2	RI2	0,756	0,571536	0,326653399		
3	RI3	0,707	0,499849	0,249849023		
4	RI4	0,707	0,499849	0,249849023		
TOTAL		2,935	2,156459	1,168839746		
		8,614225				

Lampiran 7: Estimate Regression Weight

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CS <--- CE	,695	,064	10,800	***	par_14
RI <--- CE	,565	,100	5,671	***	par_13
RI <--- CS	,361	,111	3,245	,001	par_15
CE6 <--- Customer_Experience	1,000				
CE5 <--- Customer_Experience	,841	,062	13,468	***	par_1
CE4 <--- Customer_Experience	,865	,067	12,898	***	par_2
CE3 <--- Customer_Experience	,903	,067	13,510	***	par_3
CE2 <--- Customer_Experience	1,140	,077	14,862	***	par_4
CE1 <--- Customer_Experience	,671	,073	9,219	***	par_5
CS1 <--- Customer_Satisfaction	1,000				
CS2 <--- Customer_Satisfaction	1,009	,078	12,859	***	par_6
CS3 <--- Customer_Satisfaction	,974	,081	11,969	***	par_7
CS4 <--- Customer_Satisfaction	,929	,079	11,816	***	par_8
CS5 <--- Customer_Satisfaction	1,082	,090	11,983	***	par_9
RI1 <--- Repurchase_Intention	1,000				
RI2 <--- Repurchase_Intention	,950	,072	13,156	***	par_10
RI3 <--- Repurchase_Intention	,954	,080	11,872	***	par_11
RI4 <--- Repurchase_Intention	,903	,077	11,687	***	par_12

Lampiran 8: Uji Sobel

A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!****Sobel test statistic: 3.11553140****One-tailed probability: 0.00091807****Two-tailed probability: 0.00183614**