

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xixiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan	11
1.4.2 Pengembangan Terapan Ilmu.....	12
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13

2.1.1	Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>)	13
2.1.1.1	Pengertian Pengalaman Pelanggan.....	13
2.1.1.2	Dimensi Pengalaman pengguna.....	15
2.1.2	Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	17
2.1.2.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.2.2	Indikator Kepuasan Pelanggan	19
2.1.3	Niat Membeli Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	20
2.1.3.1	Pengertian Niat Membeli Kembali	20
2.1.3.2	Indikator Niat Membeli Kembali.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis.....	30
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		31
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.2.1	Operasional Variabel.....	31
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.2.1	Jenis Data.....	35
3.2.2.2	Populasi Sasaran	35
3.2.2.3	Penentuan Sampel.....	35
3.2.2.4	Teknik Sampling.....	36
3.2.3	Metode Pengumpulan Data	36

3.3	Metode Penelitian.....	37
3.4	Teknik Analisa Data.....	38
3.4.1	Analisa Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	38
3.4.1.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	39
3.4.2	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	40
3.4.3	Konversi <i>Path</i> Kedalam Diagram.....	41
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	42
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	43
3.4.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of Fit</i>	45
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas	47
3.4.9	Evaluasi Atas <i>Regretion Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis.....	48
3.4.10	Intepretasi dan Identifikasi Model	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian.....	50
4.1.1	Analisis Deskriptif Responden.....	50
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.1.3	Kararkteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.1.1.4	Karakteristik Berdasarkan Wilayah.....	53
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	55
4.1.2.1	Frekuensi Jawaban Variabel Pengalaman Pelanggan.....	56
4.1.2.2	Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan.....	59

4.1.2.3	Frekuensi Jawaban Variabel Niat Membeli Kembali.....	61
4.1.3	Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	64
4.1.3.1	Uji Measurement Model (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	64
4.1.3.1.1	Confirmatory Factor Analysis Variabel Eksogen	65
4.1.3.1.2	Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen.....	67
4.1.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	69
4.1.3.2.1	Uji Normalitas	69
4.1.3.2.2	Uji Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2.3.	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	70
4.1.3.2.4.	Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	70
4.1.3.2.5	Evaluasi Multikolinieritas dan Singularitas.....	71
4.1.3.3	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	71
4.1.3.4	Uji Validitas dan Realibilitas	73
4.1.3.5	Pengujian Hipotesis	77
4.2	Pembahasan	79
4.2.1	Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali Pada pengguna Lazada.....	79
4.2.2	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Lazada	80
4.2.3	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali pada Pengguna Lazada	81
4.2.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Membeli pada Pengguna Lazada di Kota Tasikmalaya.....	81

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91