

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALMANAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Lingkup Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran berbasis pengalaman	10
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.3 Citra Merek.....	12
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu	15
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	16
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	17
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	18
2.6 Model dan Hipotesis.....	19
BAB III METODA PENELITIAN	28

3.1 Strategi Riset	28
3.2 Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran	28
3.2.1 Pemasaran Berbasis Pengalaman	29
3.2.2 Citra Merek.....	30
3.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	30
3.2.4 Loyalitas Pelanggan	31
3.2.5 Skala Pengukuran	31
3.3 Desain Pengambilan Sampel	32
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.3.2 Populasi dan Sampel	33
3.4 Objek Riset	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Instrumen Riset.....	35
3.7 Pengujian Instrumen	36
3.8 Metode Pengujian Hipotesis.....	37
3.8.1 PLS-SEM (<i>Partial Least Squares – Structural Equation Modeling</i>)	37
3.8.2 <i>Outer Model</i>	38
3.8.2.1 Uji Validitas	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Pengumpulan Data	44
4.2 Profil Responden	45
4.3 Hasil Pengujian Instrumen	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	47
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.3.3 Uji Multikolinearitas	52
4.4 Statistik Deskriptif.....	55
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	63
4.5.1 <i>R-square test</i>	63

4.5.2	<i>Q-square test</i>	64
4.5.3	Koefisien Jalur.....	64
4.6	Pembahasan	69
4.6.1	Pengaruh pemasaran berbasis pengalaman terhadap loyalitas pelanggan Shopee.....	69
4.6.2	Pengaruh pemasaran berbasis pengalaman terhadap oleh citra merek	71
4.6.3	Pengaruh pemasaran berbasis pengalaman terhadap kepuasan pelanggan.....	73
4.6.4	Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Shopee ..	75
4.6.5	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Shopee	76
BAB V PENUTUP.....		79
LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN		86
LAMPIRAN 2. STATISTIK DESKRIPTIF		90
LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS		92
LAMPIRAN 4. HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS		94
LAMPIRAN 5. HASIL UJI SIGNIFIKANSI.....		96

DAFTAR TABEL

4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	39
4.2	Profil Responden.....	40
4.3	Hasil Uji Validitas Konvergen	42
4.4	Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	44
4.5	<i>Cross Loading</i>	45
4.6	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	41
4.7	Tabel <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	48
4.8	Kelompok Kategori.....	50
4.9	Statistik Deskriptif	51
4.10	Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

1.1	Tabel Populasi, Koneksi Telepon Seluler dan Pengguna Internet di Indonesia	2
1.2	Data 5 Top <i>Marketplace</i> di Indonesia	4
2.1	Model Penelitian	20
2.2	Model Penelitian	21
2.3	Model Penelitian	22
4.1	<i>Outer Model</i>	49
4.2	<i>Inner Model</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	86
LAMPIRAN 2. STATISTIK DESKRIPTIF	90
LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	92
LAMPIRAN 4. HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS	94
LAMPIRAN 5. HASIL UJI SIGNIFIKANSI.....	96