

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.6. Ruang Lingkup.....	13
1.7. Sitematika Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI & PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
2.1. Manajemen Pemasaran.....	16
2.2. Pengalaman pelanggan.....	16
2.2.1. Pengertian pengalaman pelanggan.....	16
2.2.2. Indikator pengalaman pelanggan.....	18
2.3 tampilan antarmuka.....	19
2.3.1. Pengertian tampilan antarmuka.....	19
2.3.2. Indikator tampilan antarmuka.....	20
2.4. Niat pembelian kembali.....	24
2.4.1 Pengertian niat pembelian kembali.....	24
2.4.2 Indikator niat pembelian kembali.....	24
2.5. pengembangan Hipotesis.....	26
2.6. Model Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Desain Pengambilan Sampel.....	30
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Obyek Penelitian.....	33
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6. Pengujian Instrumen.....	35
3.7. Analisis Statistik Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden.....	40
4.1.2 Outer Model (Convergent Validity).....	42
4.1.3 Model Struktural (Inner Model).....	46
4.2. Pembahasan.....	49
4.2.1. Pengaruh Pengalaman pelanggan terhadap niat pembelian kembali(Y)pada konsumen pengguna <i>game online</i> mobile legend	

yang pernah melakukan top up diamond.....	51
4.2.2. Pengaruh tampilan antarmuka (X2) terhadap niat pembelian kembali(Y) pada konsumen pengguna <i>game online</i> mobile legend yang pernah melakukan top up diamond.....	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	53