

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KETUA PROGRAM STUDI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	9
2.1.1 Konsep Dasar	9
2.1.1.1 Teori User Experience pada Aplikasi Digital	9
2.1.1.2 Teori Branding	17
2.1.1.3 Metode Penelitian	21
2.1.1.4 Teknik Pengumpulan Data	27
2.1.1.5 Analisis Data	30
2.1.2 Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Asumsi yang Terbentuk	34
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Karakteristik Penelitian	36
3.2 Operasional Variabel	37
3.3 Tahapan Penelitian dan Perancangan	37
3.3.1 Hear	38

3.3.2 Create	39
3.3.3 Deliver	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi Demografi Konsumen Jakarta	40
3.4.2 Sampel Konsumen Loyal Burgreens di Jakarta	40
3.5 Pengumpulan Data	41
3.5.1 Wawancara Individu Pihak Internal	41
3.5.2 Wawancara Individu Pihak Eksternal	43
3.6 Uji Validitas Sumber dan Reliabilitas	45
3.6.1 Uji Validitas Sumber dengan Wawancara Pakar	45
3.6.2 Uji Reliabilitas dengan Dependability	46
3.7 Teknis Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	46
3.7.1 Analisis Kategori dengan teknik P.O.I.N.T	46
3.7.2 Analisis Hubungan antar Kategori	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Informan	49
4.1.1 Karakteristik Informan Pihak Internal	49
4.1.2 Karakteristik Informan Pihak Eksternal	50
4.1.3 Karakteristik Informan Ahli	51
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Tahap Hear	52
4.2.2 Tahap Create	64
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.3.1 Tahap Deliver: Model Pengalaman Pengguna Hassenzahl	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86