

## DAFTAR ISI

<b>TESIS .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>3</b>
<b>DEKLARASI ANTI PLAGIARISME .....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>5</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>9</b>
<b>1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.2 STRUKTUR ORGANISASI.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 PERUMUSAN MASALAH.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 TUJUAN PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
<b>1.5 MANFAAT PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
<b>1.6 SISTEMATIKA PENULISAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.1 Perilaku Konsumen.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.2 Artificial Intelligence (AI).....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.3 Crowdfunding.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.4 Platform.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.6 Average Session Duration.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.7 Repeat Visit.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1.8 Bounce Rate .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>32</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesa Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>2.3.1. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>40</b>
<b>2.3.2 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
<b>3.1. Jenis Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>3.2.1. Operasional variable.....</b>	<b>47</b>

3.2.2	Skala Pengukuran .....	51
3.3	Tahapan Penelitian.....	52
3.4	Populasi dan Sampel .....	52
3.4.1	Populasi Penelitian.....	52
3.4.2	Sampel Penelitian .....	53
3.5	Pengumpulan Data.....	53
3.5.1.	Sumber Data Primer .....	54
3.5.2.	Sumber Data Sekunder.....	54
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.6.1	Uji Validitas .....	54
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	55
3.7.	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	55
3.7.1	Teknik Analisis Data Tahap 1 Model Vector Autoregression .....	55
3.7.2	Teknik Analisis Data Tahap 2 <i>Partial Least Square - Structural Equation Model (PLSSEM)</i> .....	56
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>61</b>
4.1	Penelitian Tahap 1.....	61
4.1.1	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1.1	Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Average Session Duration (ASD)</i> , <i>Repeat Visit (RV)</i> , <i>Bounce Rate (BR)</i> .....	61
4.1.2	Hasil Uji.....	62
4.1.2.1	Uji Stasioner ( <i>unit root test</i> ).....	62
4.1.2.2	Penentuan Panjang Selang (Lag) Optimal .....	63
4.1.2.3	Uji Kointegrasi.....	65
4.1.2.4	Uji Kausalitas Granger .....	66
4.1.2.5	<i>Vector Error Correction Model (VECM)</i> .....	67
4.1.2.6	<i>Impulse Respon Function (IRF)</i> .....	67
4.1.2.7	<i>Forecast Error Variance Decomposition (FEVD)</i> .....	69
4.2	Penelitian Tahap 2.....	71
4.2.1	Karakteristik responden.....	71
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
4.2.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.2.1 Analisis Deskriptif.....	74
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Conversion</i> .....	75
4.2.2.3 Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Satisfaction Experience</i> .....	76
4.2.2.4 Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	77
4.2.3 Hasil Uji.....	79
4.2.3.1 Hasil Uji Outer Model.....	79
4.2.3.2 <i>Convergen Validity</i> .....	79
4.2.3.3 <i>Discriminant Validity</i> .....	81
4.2.3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	82
4.2.3.5 Hasil Uji Inner Model.....	82
4.2.3.6 Hasil Uji T-Statistik .....	83
4.3 Uji Hipotesis.....	84
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	86
4.4.2 Pengaruh <i>Conversion</i> terhadap <i>Satisfaction Experience</i> .....	90
4.4.3 Pengaruh <i>Satisfaction Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Aspek Praktisi.....	93
5.2.2 Aspek Teoritis.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>