

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 <i>Marketing</i>	15
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	16
2.1.4 <i>Service Quality</i>	18
2.1.5 <i>Customer Perceived Value</i>	19
2.1.6 Moderasi	20
2.1.7 Mediasi	26
2.1.8 <i>Customer Satisfication</i>	27
2.1.9 Penelitian Terdahulu	30
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.3 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Operasional Variabel	48
3.2.1 Skala Pengukuran	54
3.3 Tahapan Penelitian	54
3.4 Populasi dan Sampel	56
3.4.1 Populasi	56
3.4.2 Sampel	56
3.5 Pengumpulan Data	57
3.5.1 Data Primer	57
3.5.2 Data Sekunder	57
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	57
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Realibilitas	57
3.7 Teknik Analisis Data	58

3.7.1	Analisis Deskriptif	58
3.7.2	Analisis Verifikatif	59
3.7.2.1	Analisa <i>Outer Model</i>	60
3.7.2.2	Analisa <i>Inner Model</i>	60
3.7.2.3	Uji Moderasi SEM	61
3.7.2.4	Uji Hipotesis	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Analisis Deskriptif	63
4.1.1	Demografi Responden	63
4.1.2	Hasil Tanggapan Responden Terkait Customer Experience	64
4.1.3	Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Service Quality</i>	65
4.1.4	Hasil Tanggapan Responden Terkait Consumer Perceived Value	66
4.1.5	Hasil Tanggapan Responden Terkait Customer Satisfication	67
4.1.6	Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Familiarty and Comfort with Technology</i>	68
4.1.7	Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Trust</i>	69
4.2	Analisis Verifikatif	70
4.2.1	Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	70
4.2.2	Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89