

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Waktu dan Periode Penulisan	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Customer Experience	13
2.1.2 E-commerce	14
2.1.3 Aplikasi E-commerce	15
2.1.4 Konsep Kopi	16
2.1.5 Brand Image	16
2.1.6 Hubungan Customer Experience dan Brand Image	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Literatur Jurnal Nasional	19
2.2.2 Literatur Jurnal Internasional	23

2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis Penelitian	28
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	29
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Operasionalisasi Variabel	30
3.3 Skala Pengukuran	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1 Data Primer	38
3.5.2 Data Sekunder.....	39
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	39
3.6.1 Uji Validitas.....	39
3.6.2 Uji Reabilitas	42
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1.Uji Analisis Deskriptif	44
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI)	46
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.7.4 Uji hipotesis	48
3.7.5 Uji Koefisien Korelasi.....	49
3.7.6 Uji regresi linear Sederhana	50
3.7.7 Uji Parsial (T-test)	51
3.7.8 Uji koefisien determinasi	51
BAB IV	53
PEMBAHASAN	53
4.1 Pengumpulan Data	53
4.2 Karakteristik Responden	54
4.3 Hasil Penelitian	57
4.4 Method of Success	75
4.5 Uji Asumsi Klasik	76

4.6 Uji Koefisien Korelasi.....	79
4.7 Uji Regresi Linear Sederhana	80
4.8 Uji Koefisiensi Determinasi.....	81
4.9 Uji Hipotesis	84
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis	93
5.2.2 Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98