

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Situs belanja terpopuler di Indonesia 2013.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Jurnal International.....	27
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Jurnal National.....	30
Tabel 2.3	Penelitian terdahulu Skripsi.....	32
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Experiential Marketing.....	51
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	52
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	52
Tabel 3.5	Rentang Nilai Garis Kontinum.....	55
Tabel 3.6	Perbandingan Ukuran <i>Goodness of Fit</i>	61
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap (<i>Involvement</i>) Keterlibatan.....	67
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Sense</i> (Rasa).....	68
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Pleasure</i> (Kesenangan).....	69
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Flow</i> (Aliran)	69
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Community</i>	70
Tabel 4.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Virtual Experiential Marketing	71
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Pelanggan.....	73
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	74
Tabel 4.10	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	75

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai <i>Repeat Purchase</i>	76
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kekebalan Terhadap Produk Lain	77
Tabel 4.13 Tanggapan Respoden Dalam Merekomendasikan Kepada Orang Lain.....	78
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
Tabel 4.15 Koefisien Jalur Sub Struktur Pertama	79
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Struktur Pertama	80
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis Sub Struktur Pertama	82
Tabel 4.18 Koefisien Jalur Sub Struktur Kedua	82
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Sub Struktur Kedua	82
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis Sub Struktur Kedua.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar 25 <i>Website</i> yang Paling Sering di Kunjungi di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Logo Kaskus.co.id.....	2
Gambar 1.3 Logo OLx.co.id.....	3
Gambar 1.4 Logo Berniaga.com.....	3
Gambar 1.5 Pola Penggunaan Internet di Indonesia.....	5
Gambar 1.6 Jumlah Pengunjung Situs Toko online per Hari.....	7
Gambar 1.7 Share of global B2c e-commerce sales in Indonesia from 2010 to 2016.....	8
Gambar 2.1 Model sederhana proses Pemasaran.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	45
Gambar 3.2 Model Pengukuran <i>Experiential Marketing</i>	57
Gambar 3.3 Model Analisis Jalur.....	58
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan frekuensi pembelian.....	65
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan.....	65
Gambar 4.6 Koefisien Jalur Sub Struktur Pertama.....	80
Gambar 4.7 Koefisien Jalur Sub Struktur Kedua	83