

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Visi & Misi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian	11
2.1.1 Teori Penelitian	11
2.1.2 Online Innovation	12
2.1.3 Repurchase Intention	13
2.1.4 Customer Experience.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Penelitian	28

2.4	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	31
3.2.1	Operasional Variabel.....	31
3.2.2	Skala Pengukuran	32
3.3	Tahapan Penelitian	34
3.4	Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel	37
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2.	Uji Reliabilitas	42
3.7	Teknis Analisis Data	43
3.7.1	Partial Least Squares Structural Equation Modelling (SEM-PLS)	44
BAB IV PEMBAHASAN.....		48
4.1	Karakteristik Responden	48
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Jenis Kelamin	48
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Domisili	50
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	51
4.2	Hasil Penelitian	51

4.3	Evaluasi Model Partial Least Square (PLS).....	52
4.4	Uji Outer Model	52
4.4.1	Uji Validitas Konvergen	53
4.4.2	Discriminant Validity	54
4.4.3	Uji Fornell Larcker	55
4.4.4	Uji HTMT	55
4.4.5	Uji Reliabilitas	56
4.4.6	Uji AVE	57
4.5	Uji Outer Model	57
4.5.1	Uji R Square	57
4.5.2	Uji Effect Size (F Square)	58
4.5.3	Uji Q Square (Goodness of Fit)	59
4.5.4	Uji Path Analysis.....	60
4.5.5	Uji Signifikan (Pengujian Hypothesis)	61
BAB V SIMPULAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Praktis	66
5.2.2	Saran Teoritis	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		73