

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Customer Experience.....	15
2.1.4 Repurchase Intention	17
2.1.5 Hubungan antara Customer Experience Sense terhadap Repurchase Intention	18
2.1.6 Hubungan antara Customer Experience Feel terhadap Repurchase Intention	18
2.1.7 Hubungan antara Customer Experience Think terhadap Repurchase Intention	18
2.1.8 Hubungan antara Customer Experience Act terhadap Repurchase Intention	19
2.1.9 Hubungan antara Customer Experience Relate terhadap Repurchase Intention	19
2.1.10 Hubungan antara Customer Experience Sense, Feel, Think, Act, dan Relate terhadap Repurchase Intention	19

2.1.11 Formulasi Strategi	20
2.1.12 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	45
2.3 Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	47
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.2 Skala Pengukuran	50
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sampel	52
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	53
3.5.1 Data yang Diperlukan	53
3.5.2 Sumber Data.....	54
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas	55
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	55
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.7.3 Method Of Successive Interval (MSI).....	57
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	58
3.7.5 Koefisien Determinasi	59
3.7.6 Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Karakteristik Responden.....	61
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	65

4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Memesan Tiket di Aplikasi Tiket.Com	66
4.2	Method Of Successive Interval.....	66
4.3	Analisis Deskriptif	67
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Experience</i>	67
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	76
4.4	Analisis Data.....	78
4.4.1	Uji Normalitas	78
4.4.2	Uji Multikolinearitas	79
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	80
4.4.4	Uji Koefisien Determinasi	81
4.4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.5	Uji Hipotesis	82
4.5.1	Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	82
4.5.2	Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	83
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.6.1	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	85
4.6.2	Customer Experience Sense Terhadap Repurchase Intention.....	86
4.6.3	Customer Experience Feel Terhadap Repurchase Intention.....	87
4.6.4	Customer Experience Think Terhadap Repurchase Intention	87
4.6.5	Customer Experience Act Terhadap Repurchase Intention	88
4.6.6	Customer Experience Relate Terhadap Repurchase Intention.....	88
4.6.7	Customer Experience Sense, Feel, Think, Act dan Relate Terhadap Repurchase Intention	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	93
5.2.1	Aspek Praktis	93
5.2.2	Aspek Teoritis	93
	DAFTAR PUSTAKA.....	95