

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	23
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	23
1.2.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	25
1.3.1 Maksud Penelitian.....	25
1.3.2 Tujuan Penelitian	25
1.4 Kegunaan Penelitian	26
1.4.1 Kegunaan Praktis	26
1.4.2 Kegunaan Akademis	26
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	27
1.5.2 Waktu Penelitian.....	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	28
2.1 Kajian Pustaka	28
2.1.1 <i>Servicescape</i>	28
2.1.1.1 Manfaat <i>Servicescape</i>	30
2.1.1.2 Dimensi <i>Servicescape</i>	31
2.1.1.3 Indikator <i>Servicescape</i>	32
2.1.2 Interaksi Sosial.....	36
2.1.2.1 Aspek-Aspek Interaksi Sosial	37
2.1.2.2 Indikator Interaksi Sosial	38
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	39
2.1.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	40

2.1.3.2	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	42
2.1.4	<i>Customer Experience</i>	43
2.1.4.1	Kategori <i>Customer Experience</i>	45
2.1.4.2	Indikator <i>Customer Experience</i>	47
2.1.5	Penelitian Terdahulu	49
2.2	Kerangka Pemikiran	58
2.2.1	Keterkaitan antara <i>Servicescape</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	59
2.2.2	Keterkaitan antara Interaksi Sosial terhadap <i>Customer Experience</i>	59
2.2.3	Keterkaitan antara <i>Servicescape</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	60
2.2.4	Keterkaitan antara Interaksi Sosial terhadap Loyalitas Pelanggan	60
2.2.5	Keterkaitan antara <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan..	61
2.2.6	Keterkaitan antara <i>Servicescape</i> terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh <i>Customer Experience</i>	61
2.2.7	Keterkaitan antara Interaksi Sosial terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh <i>Customer Experience</i>	62
2.3	Paradigma Penelitian	63
2.4	Hipotesis	64
BAB III METODE PENELITIAN		65
3.1	Objek Penelitian	65
3.2	Metode Penelitian	66
3.2.1	Desain Penelitian.....	67
3.2.2	Operasional Variabel Penelitian.....	70
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data	75
3.2.3.1	Sumber Data.....	75
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data	75
1.	Populasi	75
2.	Sampel	76
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	78
1.	Kuesioner.....	78
2.	Studi Kepustakaan	79
3.2.5	Uji Validitas	79
3.2.6	Uji Reliabilitas	80
3.3	Metode Pengujian Data	81
3.3.1	Metode Analisis Data.....	81
1.	Analisis Deskriptif.....	82

2. Analisis Verifikatif	83
3.4 Pengujian Hipotesis	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	93
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	93
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	94
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	95
4.2 Karakteristik Responden.....	100
4.3 Analisis Deskriptif.....	107
4.3.1 <i>Servicescape</i>	108
4.3.2 Interaksi Sosial.....	122
4.3.3 <i>Customer Experience</i>	130
4.3.4 Loyalitas Pelanggan	141
4.4 Analisis Verifikatif	151
4.4.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	151
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i>	152
4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	153
4.4.1.3 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	155
4.4.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	156
4.4.2.1 R-Square.....	156
4.4.2.2 Goodness of Fit (GoF)	159
4.4.2.3 Uji Hipotesis	160
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	196
5.1 Kesimpulan.....	196
5.2 Saran	199
DAFTAR PUSTAKA.....	204
LAMPIRAN.....	223