

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR GRAFIK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3. Rumusan Permasalahan dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3.1. Rumusan Permasalahan.....	11
1.3.2. Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1. Kegunaan Akademik.....	13
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1. Rangkuman Teori.....	15
2.1.1.1. <i>Grand Theory of Marketing</i> .....	15
2.1.1.2. <i>Consumer Behavior</i> .....	15

2.1.1.3. <i>Experience</i> .....	17
2.1.1.4. <i>Customer Experience</i> .....	18
2.1.1.5. <i>Core Service</i> .....	20
2.1.1.6. <i>Customer Interaction</i> .....	21
2.1.1.7. <i>Convenience</i> .....	22
2.1.1.8. <i>Employee</i> .....	22
2.1.1.9. <i>Servicescape</i> .....	23
2.1.1.10. <i>Value Addition</i> .....	24
2.1.1.11. <i>Marketing Mix</i> .....	25
2.1.1.12. <i>Presence of Other Customers</i> .....	25
2.1.1.13. <i>Customization</i> .....	26
2.1.1.14. <i>Satisfaction</i> .....	26
2.1.1.15. <i>Loyalty</i> .....	28
2.1.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.2. Kerangka Pemikiran.....	33
2.3. Hipotesis Penelitian.....	36
2.4. Lingkup Penelitian.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	37
3.3. Desain Kuesioner dan Skala Pengukuran.....	40
3.4. Tahapan Penelitian.....	41
3.5. Pilot Tes .....	41
3.5.1. Uji Validitas .....	41
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	43
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.1. Populasi dan Sampel.....	44
3.6.2. Teknik <i>Sampling</i> .....	45
3.6.3. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46

3.7.1. Uji Validitas.....	46
3.7.1.1. <i>Content Validity</i> .....	46
3.7.1.2. <i>Convergent Validity</i> .....	46
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	47
3.8. Metode Analisis Data.....	47
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	48
3.8.2. Pengujian Statistik .....	49
3.8.3. Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1. Hasil Pembahasan Karakteristik Responden .....	56
4.2. Deskripsi Hasil Penilaian Responden .....	58
4.2.1. <i>Customer Interaction</i> .....	58
4.2.2. <i>Convenience</i> .....	59
4.2.3. <i>Core Service</i> .....	60
4.2.4. <i>Customization</i> .....	61
4.2.5. <i>Employee</i> .....	63
4.2.6. <i>Marketing Mix</i> .....	64
4.2.7. <i>Present Of Other Customer</i> .....	65
4.2.8. <i>Service Process</i> .....	66
4.2.9. <i>Speed</i> .....	68
4.2.10. <i>Servicescape</i> .....	69
4.2.11. <i>Value Added</i> .....	70
4.2.12. <i>Customer Experience</i> .....	71
4.2.13. <i>Customer Satisfaction</i> .....	73
4.2.14. <i>Loyalty Intention</i> .....	74
4.3. Analisa Statistik .....	75
4.3.1. Hasil Pengujian Model Pengukuran .....	75
4.3.1.1. Hasil Pengujian Validitas Konvergen .....	77
4.3.1.2. Hasil Pengujian Validitas Diskriminan .....	81
4.3.1.3. Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk .....	84

4.3.2.	Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	85
4.3.2.1.	Hasil Pengujian <i>R-Square</i> .....	85
4.3.2.2.	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> .....	85
4.3.3.	Hasil Pengujian Hipotesis .....	87
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.4.1.	Kondisi Customer Experience di Plasa Telkom .....	92
4.4.2.	Pengaruh Customer experience terhadap Customer Satisfaction..	100
4.4.3.	Pengaruh Customer experience terhadap Loyalty Intention.....	101
4.4.4.	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Loyalty Intention.....	102
4.4.5.	Pengaruh Customer experience bersama Customer Satisfaction terhadap Loyalty Intention .....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		103
5.1.	Kesimpulan .....	103
5.2.	Saran .....	104
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan .....	104
5.2.2.	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		107
LAMPIRAN .....		110