

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Kepercayaan Online ( E-Trust ) .....	7
2. Kepuasan Pelanggan Online ( <i>E-Satisfaction</i> ) .....	10
3. <i>Experiential Marketing</i> .....	17
4. Cognitive Experiential State (Keadaan Pengalaman Kognitif).....	26
5. Affective Experiential State (Keadaan Pengalaman Afektif ).....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Konseptual .....	33
D. Pengembangan Hipotesis .....	34
BAB III .....	37
METODE PENELITIAN.....	37
A. Rancangan Penelitian .....	37
B. Populasi.....	37
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38

D. Jenis Data Penelitian .....	38
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	39
F. Variabel Penelitian .....	39
G. Definisi Operasional Variabel .....	40
H. Skala Pengukuran Variabel .....	42
I. Uji Instrumen Penelitian .....	43
J. Metode Analisis Data .....	44
1. Analisis Deskriptif .....	44
2. Analisis Kuantitatif .....	45
BAB IV .....	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	47
A. Hasil Penelitian .....	47
1. Analisis Deskriptif .....	47
2. Analisis Kuantitatif .....	58
B. Pembahasan .....	67
BAB V .....	71
PENUTUP .....	71
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Usia Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Online Shop .....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pengguna .....	50
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang .....	52
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Waktu Pembelian .....	53
Tabel 4.9 Kategorisasi Variabel .....	54
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Cognitive Experiental State (X1) .....	55
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Affective Experiental State (X2) .....	56
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel E-Satisfaction (Z) .....	56
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel E-Trust (Y) .....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loading) .....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) .....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) .....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Composite Reliability .....	62
Tabel 4.18 Hasil R <sup>2</sup> (R Square) .....	63
Tabel 4.19 Hasil Bootstrapping Pengaruh Langsung .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Outer Model .....	59