

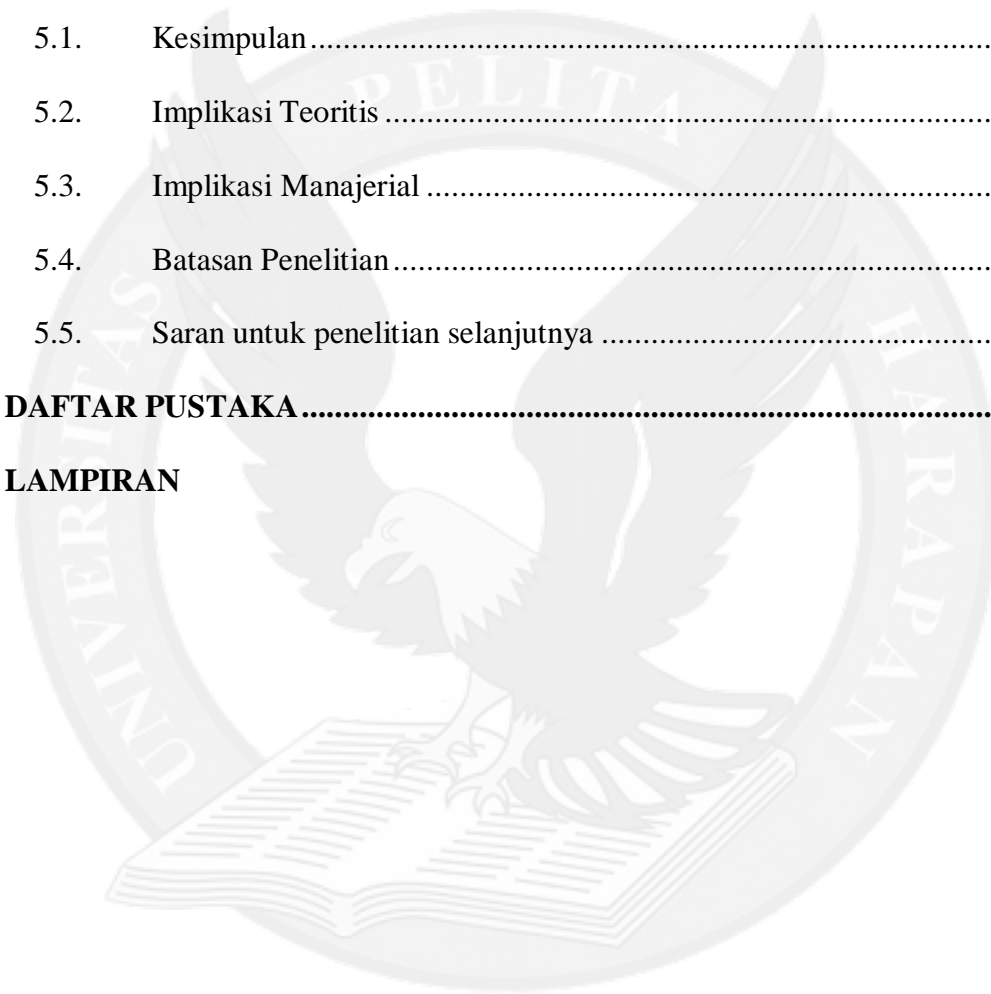
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	10
1.5.2. Manfaat Praktis.....	11
1.6. Sistematis Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR</b> .....	<b>13</b>
2.1. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> .....	13
2.2. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	14
2.3. <i>Customer Experience</i> .....	16
2.4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
2.5. <i>Word of Mouth Intention (WOMI)</i> .....	18
2.6. <i>Customer Loyalty</i> .....	20

2.7.	<i>Consumer Demographics</i> .....	22
2.8.	Hubungan Antar Variabel.....	27
2.9.	Model Penelitian .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
3.1.	Paradigma Penelitian.....	37
3.2.	Metode dan Jenis Penelitian .....	39
3.3.	Unit Analisis .....	40
3.4.	Pengukuran Variabel.....	40
3.4.1	Variabel.....	40
3.5.	Definisi Konseptual Dan Operasional.....	42
3.6.	Skala Pengukuran.....	46
3.7.	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.7.1	Data Primer .....	51
3.7.2	Data Sekunder .....	52
3.8.	Populasi dan Sampel .....	53
3.8.1.	Populasi.....	53
3.8.2.	Sampel.....	54
3.9.	Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3.10.	Penentuan Jumlah Sampel .....	55
3.11.	Teknik Analisis Data.....	55
3.11.1.	Studi Pendahuluan .....	55
3.11.2.	Statistik Deskriptif .....	58
3.11.3	Statistik Inferensial .....	59
3.12.	Hasil Uji Pendahuluan.....	65

3.12.1	Hasil Uji Pendahuluan Validitas .....	65
3.12.2	Hasil Uji Pendahuluan Reliabilitas .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>68</b>
4.1.	Demografi Responden.....	68
4.1.1.	Jenis Kelamin.....	68
4.1.2.	Usia .....	69
4.1.3.	Pendidikan .....	69
4.1.4.	Pendapatan.....	70
4.2.	Statistik Deskriptif .....	71
4.2.1.	Statistik Deskriptif <i>Customer Experience</i> .....	71
4.2.2.	Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	72
4.2.3.	Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth Intention</i> .....	73
4.2.4.	Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	74
4.3.	Hasil Uji Statistik Inferensial .....	75
4.3.1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	75
4.3.2.	Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	81
4.4.	Pembahasan Uji Hipotesis .....	88
4.4.1.	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	88
4.4.2.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	89
4.4.3.	Pengaruh <i>Word of Mouth Intention</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	90
4.4.4.	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimoderasi oleh <i>Consumer Demographics</i> .....	91

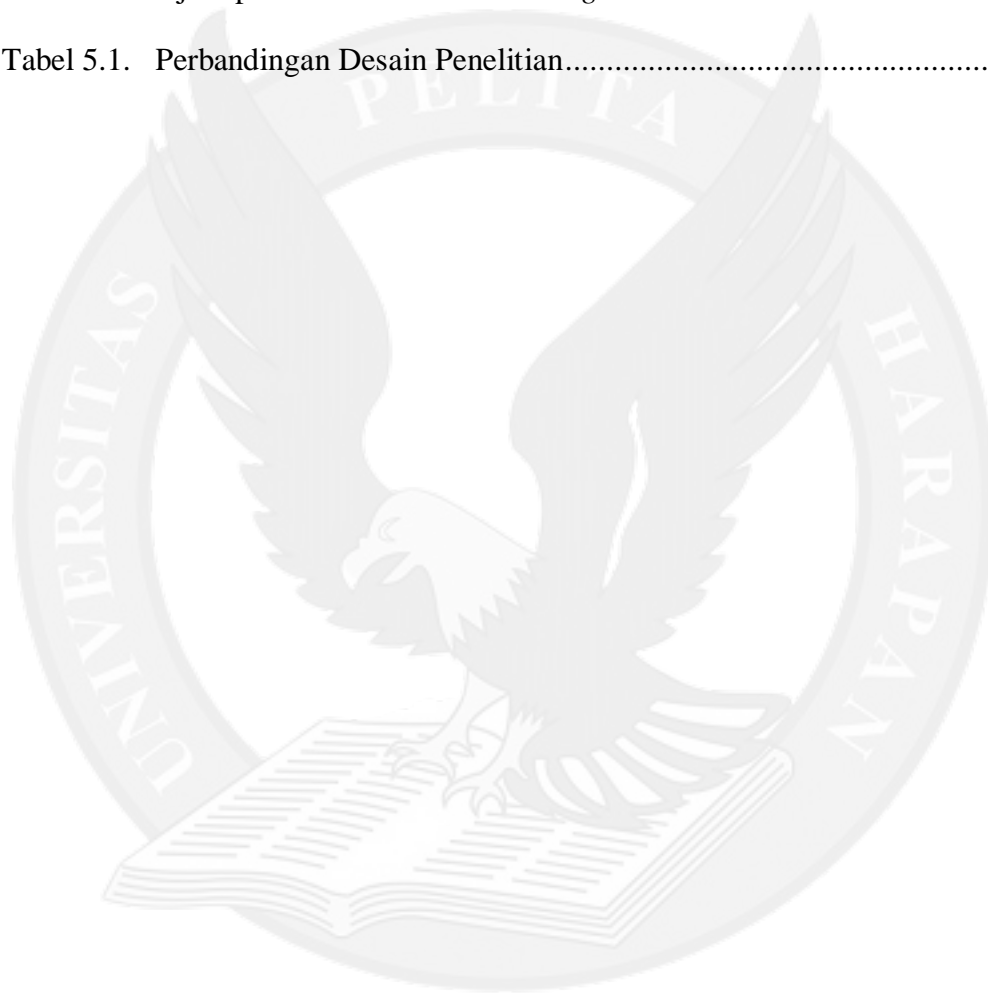
4.4.5.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimoderasi oleh <i>Consumer Demographics</i> .....	92
4.4.6.	Pengaruh <i>Word of Mouth Intention</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimoderasi oleh <i>Consumer Demographics</i> .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>95</b>
5.1.	Kesimpulan .....	95
5.2.	Implikasi Teoritis .....	95
5.3.	Implikasi Manajerial .....	97
5.4.	Batasan Penelitian .....	99
5.5.	Saran untuk penelitian selanjutnya .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Definisi Konseptual Dan Operasional .....	42
Tabel 3.2. Skor Penilaian Skala Likert .....	47
Tabel 3.3. <i>Consumer Demographics</i> .....	49
Tabel 3. 4. Tingkat Reliabilitas .....	58
Tabel 3. 5. Rentang Interval Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 3. 6. Uji Validitas <i>Customer Experience</i> .....	65
Tabel 3. 7. Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	65
Tabel 3. 8. Uji Validitas <i>Word of Mouth Intention</i> .....	66
Tabel 3. 9. Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i> .....	66
Tabel 3. 10. Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.1. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2. Demografi Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3. Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	70
Tabel 4.4. Demografi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	71
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif <i>Customer Experience</i> .....	71
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	72
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth Intention</i> .....	73
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	74
Tabel 4.9. Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	76
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	77
Tabel 4.11. Nilai AVE .....	78
Tabel 4.12. Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	78

Tabel 4.13. Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> .....	81
Tabel 4.14. Nilai <i>R-square</i> .....	82
Tabel 4.15. Nilai <i>Predictive Relevance Q-square</i> .....	82
Tabel 4.16. Uji Hipotesis <i>Path Regression</i> .....	83
Tabel 4.17. Uji Hipotesis <i>Moderated Path Regression</i> .....	84
Tabel 5.1. Perbandingan Desain Penelitian.....	96



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Transaksi <i>Fintech</i> Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Daftar <i>E-Wallet</i> Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan periode Q2 2019 – Q2 2020 .....	4
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	36
Gambar 4.1. Model Penelitian <i>Algorithm</i> .....	80
Gambar 4.2. Model Penelitian <i>Path Coefficient</i> .....	87

