

## DAFTAR ISI

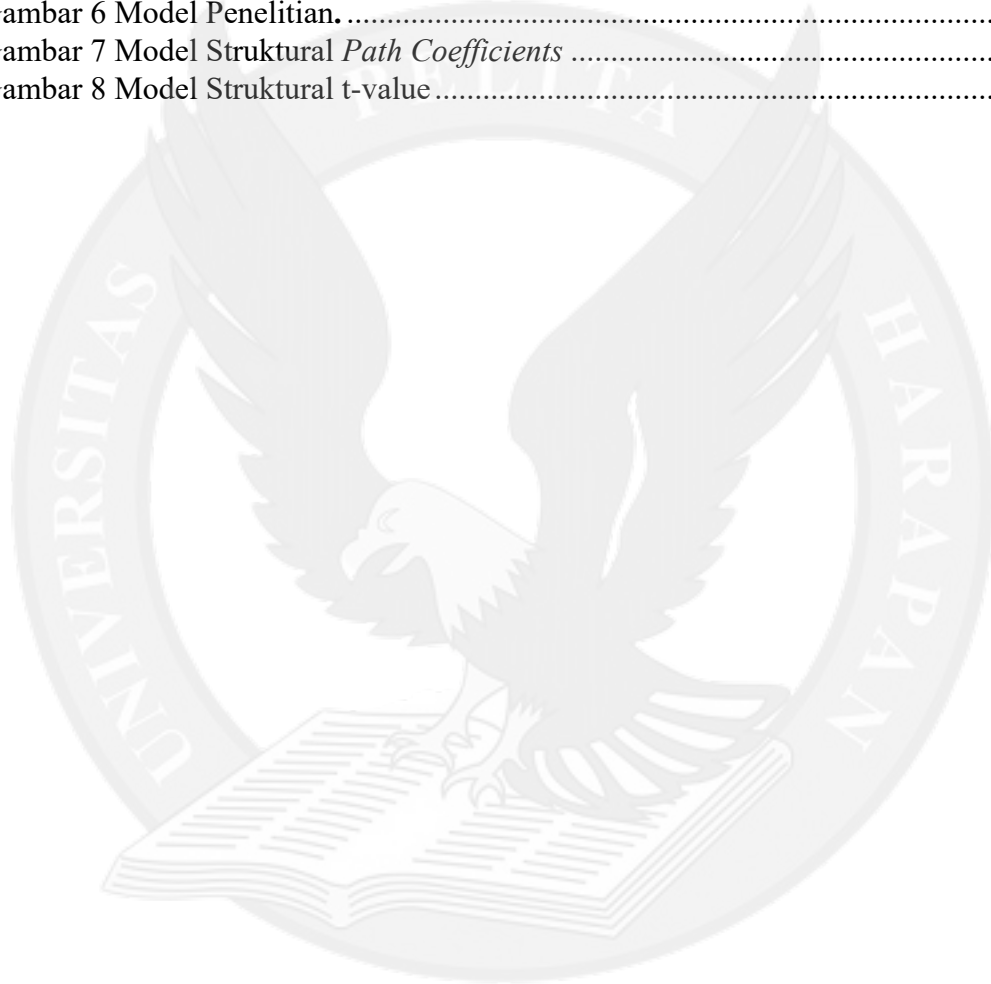
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Pembatasan Masalah .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
2.1 <i>Store attributes</i> .....	11
2.1.1 <i>Merchandise</i> .....	12
2.1.2 <i>Post-transaction service</i> .....	14
2.1.3 <i>Communication</i> .....	18
2.1.4 <i>Interpersonal communication</i> .....	21
2.1.5 <i>Store atmosphere</i> .....	24
2.1.6 <i>Loyalty program</i> .....	30
2.2 <i>Customer experience</i> .....	34
2.3 <i>Customer engagement</i> .....	39
2.4 Hipotesis.....	44
2.4.1 Hubungan <i>merchandise</i> dengan <i>customer experience</i> .....	44
2.4.2 Hubungan <i>post-transaction service</i> dengan <i>customer experience</i> .....	45
2.4.3 Hubungan <i>communication</i> dengan <i>customer experience</i> .....	45
2.4.4 Hubungan <i>interpersonal communication</i> dengan <i>customer experience</i> .....	46
2.4.5 Hubungan <i>store atmosphere</i> dengan <i>customer experience</i> .....	47

2.4.6 Hubungan <i>perceived loyalty program</i> dengan <i>customer experience</i> .....	48
2.4.7 Hubungan <i>merchandise</i> dengan <i>customer engagement</i> .....	48
2.4.8 Hubungan <i>post-transaction service</i> dengan <i>customer engagement</i> .....	49
2.4.9 Hubungan <i>communication</i> dengan <i>customer engagement</i> .....	49
2.4.10 Hubungan <i>interpersonal communication</i> dengan <i>customer engagement</i> .	50
2.4.11 Hubungan <i>store atmosphere</i> dengan <i>customer engagement</i> .....	51
2.4.12 Hubungan <i>loyalty program</i> dengan <i>customer engagement</i> .....	51
2.4.13 Hubungan <i>customer experience</i> dengan <i>customer engagement</i> .....	52
2.5 Model Penelitian .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1 Obyek penelitian .....	55
3.2 Unit analisis.....	55
3.3 Jenis penelitian .....	56
3.4 Tujuan penelitian.....	57
3.5 Pengukuran variabel.....	58
3.5.1 Operasional variabel.....	59
3.5.2 Skala Pengukuran .....	64
3.6 Teknik Pembuatan Kuisioner .....	65
3.7 Populasi dan sampel.....	66
3.7.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	67
3.8 Teknik pengumpulan data .....	68
3.9 Studi Pendahuluan.....	69
3.10 Metode Analisis data .....	69
3.10.1 Statistik Deskriptif.....	70
3.10.2 Statistik Inferensial .....	70
3.10.3 <i>Partial Least Squares- Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1 Profil Responden .....	75
4.2 Hasil Uji Studi Pendahuluan .....	76
4.2.1 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan .....	77
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	81
4.3 Statistik Deskriptif .....	82
4.3.1 <i>Merchandise</i> .....	82
4.3.2 <i>Post Transaction Service</i> .....	83

4.3.3 <i>Communication</i> .....	85
4.3.4 <i>Interpersonal Communication</i> .....	86
4.3.5 <i>Store Atmosphere</i> .....	87
4.3.6 <i>Perceived Loyalty Program</i> .....	88
4.3.7 <i>Customer Engagement</i> .....	89
4.3.8 <i>Customer Experience</i> .....	90
4.4 Statistik Inferensial .....	92
4.4.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	92
4.4.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	96
4.5 Pembahasan.....	107
4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	108
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	109
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 3 .....	109
4.5.4 Pembahasan Hipotesis 4 .....	110
4.5.5 Pembahasan Hipotesis 5 .....	110
4.5.6 Pembahasan Hipotesis 6 .....	111
4.5.7 Pembahasan Hipotesis 7 .....	111
4.5.8 Pembahasan Hipotesis 8 .....	112
4.5.9 Pembahasan Hipotesis 9 .....	113
4.5.10 Pembahasan Hipotesis 10 .....	113
4.5.11 Pembahasan Hipotesis 11 .....	114
4.5.12 Pembahasan Hipotesis 12 .....	115
4.5.13 Pembahasan Hipotesis 13 .....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>117</b>
5.1 Kesimpulan .....	117
5.2 Implikasi Teoritis .....	118
5.3 Implikasi Manajerial .....	121
5.4 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia .....	2
Gambar 2 toko dengan <i>customer engagement</i> terbaik .....	4
Gambar 3 <i>Intergrated marketing communication</i> .....	20
Gambar 4 Hirarki Gallup <i>customer engagement</i> .....	40
Gambar 5 <i>Customer engagement matrix</i> .....	41
Gambar 6 Model Penelitian. ....	54
Gambar 7 Model Struktural <i>Path Coefficients</i> .....	98
Gambar 8 Model Struktural t-value .....	99



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Dimensi-dimensi dari store attribute .....	11
Tabel 2 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian .....	59
Tabel 3 Nilai Rentang dan Kategori .....	70
Tabel 4 Profil Responden .....	75
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan 1 .....	77
Tabel 6 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Studi Pendahuluan 1 .....	78
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan 1 .....	79
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan 2 .....	80
Tabel 9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Studi Pendahuluan 2 .....	80
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan 2 .....	81
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	81
Tabel 12 Statistik Deskriptif <i>Merchandise</i> .....	83
Tabel 13 Statistik Deskriptif <i>Post Transaction Service</i> .....	84
Tabel 14 Statistik Deskriptif <i>Communication</i> .....	85
Tabel 15 Statistik Deskriptif <i>Interpersonal Communication</i> .....	86
Tabel 16 Statistik Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> .....	87
Tabel 17 Statistik Deskriptif <i>Perceived Loyalty Program</i> .....	88
Tabel 18 Statistik Deskriptif <i>Customer Engagement</i> .....	90
Tabel 19 Tabel Deskriptif <i>Customer Experience</i> .....	91
Tabel 20 Hasil Uji Reliabilitas .....	93
Tabel 21 Hasil Uji Validitas Konvergen .....	94
Tabel 22 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	95
Tabel 23 Hasil Uji Validitas Diskriminan .....	95
Tabel 24 Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF) .....	96
Tabel 25 Nilai <i>R-Squares</i> Setiap Variabel .....	100
Tabel 26 Hasil Pengujian Hipotesis .....	101
Tabel 27 Perbandingan Hasil Uji Hipotesis .....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Kuisoner	132
Lampiran B: Profil Responden	136
Lampiran C: Uji Validitas Studi Pendahuluan	140
Lampiran D: Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	146
Lampiran E: Statistik Deskriptif	148
Lampiran F: Statistik Inferensial	153

