

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Research Gap	12
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.4.2 Kegunaan Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Service Marketing	19
2.1.2 Service Dominant Logic (SDL)	20
2.2 Pengembangan Variabel	21
2.2.1 <i>Gamification</i>	21
2.2.2 <i>Customer Experience</i>	22
2.2.3 <i>Customer Brand Engagement</i>	22
2.2.4 <i>Purchase Decision</i>	23
2.3 Pengaruh Antar Variabel	25
2.3.1 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	25
2.3.2 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Customer Brand Engagement</i>	26
2.3.3 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	27

2.3.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	28
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Brand Engagement</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	29
2.3.6 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> melalui <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Brand Engagement</i> sebagai Variabel Intervening	30
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
2.5 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1 Data Primer	43
3.3.2 Data Sekunder.....	43
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Uji Kelayakan Instrumen (Pra-Survey).....	44
3.6 Metode Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Kuantitatif	45
3.6.2 Structural Equation Model (SEM)	45
3.6.3 Measurement Model (Outer Model)	46
3.6.4 Structural Model (Inner Model).....	48
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden	53
4.2 Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	55
4.3 Analisis Data	57
4.3.1 Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	57
4.3.2 Evaluasi Structural Model (Inner Model)	62

4.3.3 Uji Hipotesis	66
4.3.4 Uji Intervening	70
4.3.5 Interpretasi Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi Teoritis	79
5.3 Implikasi Manajerial	79
5.4 Keterbatasan Penelitian	83
5.5 Saran Penelitian Mendatang	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91

