

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*
LOYALTY PADA PENGGUNA APLIKASI *MOBILE* “KOPI
KENANGAN” DI JABODETABEK**



Intelligentia - Dignitas

PUSPA NURAINI PUTRI

1705622103

SKRIPSI

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu Persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND
BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AND
CUSTOMER LOYALTY AMONG *MOBILE* APPLICATION
USERS OF "KOPI KENANGAN" IN JABODETABEK**



Intelligentia - Dignitas

PUSPA NURAINI PUTRI

1705622103

SKRIPSI

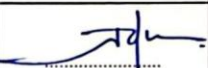
Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu Persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Jakarta

**MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP.197412021200812001 (Ketua Sidang)		18/05/2026
2	Dr. Ryna Parlyna, MBA NIP.197701112008122003 (Penguji 1)		15/09/2026
3	Prima Andriani, S.E., M.Sc NIP. 199401072024062001 (Penguji 2)		15/09/2026
4	Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		15/09/2026
5	Nofriska Krissanya, S.E, M.B.A, CHRP NIP.199111022022032013 (Pembimbing 2)		15/09/2026
Nama : Puspa Nuraini Putri No. Registrasi : 1705622103 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 1 April 2026			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini,

saya: Nama : Puspa Nuraini Putri
NIM : 1705622103
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1-Manajemen
Alamat email : puspanurainiputri@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand image* terhadap *Customer satisfaction* dan *Customer loyalty* pada Pengguna Aplikasi *Mobile Kopi Kenangan* di Jabodetabek"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 April 2026
Penulis


Puspa Nuraini Putri

PERSYARATAN BEBAS PLAGIAT

PERSYARATAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puspa Nuraini Putri
NIM : 1705622103
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

“Pengaruh Customer Experience dan Brand image terhadap Customer satisfaction dan Customer loyalty pada Pengguna Aplikasi Mobile Kopi Kenangan di Jabodetabek”

Adalah hasil karya asli saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan atau duplikasi dari karya ilmiah pihak lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini mengandung unsur plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 8 Maret 2026

Yang membuat pernyataan



Puspa Nuraini Putri

NIM. 1705622103

ABSTRAK

Nama : Puspa Nuraini Putri
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Pengguna Aplikasi *Mobile* "Kopi Kenangan" di Jabodetabek
Pembimbing I : Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus.
Pembimbing II : Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *customer experience* yang dibagi menjadi empat variabel, yaitu *cognitive experience*, *affective experience*, *relational experience*, dan *sensorial experience*, serta *brand image* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pengguna aplikasi *mobile* Kopi Kenangan di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring kepada 226 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi *mobile* Kopi Kenangan di wilayah Jabodetabek. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cognitive experience*, *affective experience*, *relational experience*, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Namun, *sensorial experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* maupun *customer loyalty*. Untuk implikasinya, penelitian ini menyimpulkan bahwa akan lebih baik meningkatkan pengalaman yang melibatkan dimensi kognitif dan relasional konsumennya, serta memperkuat *brand image*, karena variabel-variabel tersebut terbukti signifikan dalam membentuk *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pengguna aplikasi *mobile* Kopi Kenangan.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Pengalaman Kognitif, Pengalaman Afektif, Pengalaman Relasional, Pengalaman Sensorial, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Aplikasi *Mobile*, SEM-PLS.

ABSTRACT

Name : Puspa Nuraini Putri
Study Program : Management
Title : *The Influence of Customer Experience and Brand Image on Customer Satisfaction and Customer Loyalty among Mobile Application Users of "Kopi Kenangan" in Jabodetabek*
Counselor I : Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus.
Counselor II : Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A

This study aims to examine the influence of customer experience, divided into four variables comprising cognitive experience, affective experience, relational experience, and sensorial experience, as well as brand image, on customer satisfaction and customer loyalty among users of the Kopi Kenangan mobile application in the Jabodetabek region. The study was conducted by distributing an online questionnaire to 226 respondents who are active users of the Kopi Kenangan mobile application in the Jabodetabek area. Data were analyzed using Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results indicate that cognitive experience, affective experience, relational experience, and brand image have a positive and significant influence on customer satisfaction and customer loyalty. However, sensorial experience showed no significant influence on either customer satisfaction or customer loyalty. In terms of implications, this study concludes that it would be more effective to enhance experiences involving the cognitive and relational dimensions, as well as to strengthen brand image, as these variables proved to be significant in shaping the customer satisfaction and customer loyalty of Kopi Kenangan mobile application users.

Keywords: *Customer Experience, Cognitive Experience, Affective Experience, Relational Experience, Sensorial Experience, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Mobile Application, SEM-PLS.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Customer Experience dan Brand Image terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Pengguna Aplikasi Mobile 'Kopi Kenangan' di Jabodetabek*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas setiap kemudahan yang disisipkan di tengah-tengah proses yang tidak selalu mudah ini. Setiap kali penulis merasa buntu, selalu ada jalan yang terbuka. Skripsi ini selesai bukan karena penulis cukup pintar, tapi karena Allah cukup baik.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas kepemimpinan dan dedikasinya bagi seluruh civitas akademika.
3. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus., selaku Dosen Pembimbing Pertama. Terima kasih, Pak, atas masukan, dan atas kepercayaan yang Bapak berikan kepada

penulis untuk terus melangkah maju. Kesabaran dan ketelitian Bapak dalam membimbing menjadi salah satu fondasi terkuat yang menopang skripsi ini hingga selesai.

5. Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing Kedua. Terima kasih banyak, Bu Nofriska. Terima kasih telah menjadi pembimbing yang tidak hanya mengarahkan tulisan ini, tetapi juga membentuk cara berpikir penulis.
6. Kepada kedua orang tua penulis, Papaku Aris dan Mamaku Nanik, terima kasih atas segalanya yang tidak akan pernah cukup jika dirangkum dalam satu paragraf. Terima kasih atas doa-doa yang kalian panjatkan. Penulis tahu kalian tidak selalu tahu seberapa berat perjalanan ini, tapi entah kenapa setiap kali penulis mau menyerah, selalu ada kekuatan yang datang dan penulis yakin itu dari doa kalian. Semoga ini cukup untuk membuat kalian bangga.
7. Kepada Nenekku dan Alm. Pakwoku, yang telah merawat dan membesarkan penulis dari kecil hingga dewasa dengan penuh kasih sayang dan keikhlasan yang tidak diragukan. Alm. Pakwo mungkin sudah tidak bisa melihat ini secara langsung, tapi penulis percaya Alm. Pakwo tahu. Terima kasih sudah menjadi rumah yang paling hangat yang pernah penulis kenal.
8. Kepada adik-adik penulis, Kallista, Olivia, dan Anindita yang mungkin tidak menyadari betapa besar peran kalian dalam perjalanan ini. Di saat penulis tidak yakin dengan diri sendiri, kalian hadir dengan kata-kata yang meyakinkan dan dukungan yang tulus. Terima kasih sudah menjadi *support system*.
9. Kepada *my favorite human*, Ricko Syabian. Terima kasih sudah hadir di hidup Penulis. Terima kasih sudah jadi orang yang paling yakin ketika penulis paling

tidak yakin, yang paling tenang ketika penulis paling panik, dan yang paling sabar ketika penulis paling susah dihadapi. Tanpa kamu sadari, kehadiranmu adalah salah satu alasan terbesar penulis bisa sampai di titik ini. Terima kasih sudah mau repot, mau mendengar, mau menemani bahkan di hari-hari yang penulis sendiri tidak menyenangkan untuk dihadapi. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan ini, dari awal penyusunan skripsi sampai akhir. Mari terus berjuang bersama, hingga pulang ke rumah yang sama.

10. Kepada teman-teman seperjuangan bimbingan Pak Osly, Maheswari, Sisil, Melfi, dan Asti. Terima kasih sudah menemani setiap sesi bimbingan, susah senangnya kita rasakan bersama. Di ruang tunggu bimbingan yang penuh deg-degan itu, kehadiran kalian selalu bikin sedikit lebih tenang. Terima kasih sudah menjadi tempat bertanya yang tidak pernah lelah menjawab, dan teman berjuang yang membuat proses ini terasa jauh lebih ringan.
11. Kepada teman-teman perjuangan dari masa mahasiswa baru, Nura, Maheswari, Tiara, dan Cahya. Kalian yang pertama kali jadi tempat keluh kesah, yang tahu seberapa banyak drama yang penulis lalui selama kuliah ini. Terima kasih sudah ikut membantu di tengah proses pengerjaan skripsi ini, atas dukungan dan kata-kata yang meyakinkan penulis untuk terus melanjutkan di saat penulis mulai goyah. Terima kasih sudah selalu ada, di senangnya maupun di sulitnya.
12. Kepada teman SMA penulis, Sylfina, yang kebbaikannya tidak pernah penulis duga. Terima kasih sudah mau repot membantu dari awal penyusunan dan memberikan akses jurnal-jurnal yang penulis butuhkan.

13. Seluruh teman Kelas B Manajemen, atas semangat kebersamaan dan kesediaan membantu menyebarkan informasi serta mengisi kuesioner penelitian ini.
14. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini, serta semua orang di media sosial yang sudah dengan sukarela membantu menyebarkannya. Tanpa kalian, penelitian ini benar-benar tidak akan bisa berjalan. Kebaikan kalian, sekecil apa pun yang kalian rasakan, sangat berarti bagi penulis.
15. Tanpa mengurangi rasa hormat, terima kasih kepada pihak-pihak yang belum sempat penulis sebutkan satu per satu dalam skripsi ini.
16. Terakhir, namun tidak kalah penting, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri. Puspa, kamu berhasil. Kamu yang dulu sering mempertanyakan kemampuan sendiri, kamu yang melewati begitu banyak malam panjang dan momen di mana semua terasa tidak akan selesai kamu tetap berjalan. Terima kasih sudah tidak menyerah. Terima kasih sudah memilih untuk terus mencoba, bahkan ketika rasanya sangat berat.

Jakarta, 5 Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
PERSYARATAN BEBAS PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Teori Pendukung	17
2.1.1 <i>Customer loyalty</i>	17
2.1.2 <i>Customer satisfaction</i>	21
2.1.3 <i>Cognitive experience</i>	26
2.1.4 <i>Affective experience</i>	32
2.1.5 <i>Relational experience</i>	37
2.1.6 <i>Sensorial experience</i>	42
2.1.7 <i>Brand image</i>	47
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	52
2.2.1 Pengaruh <i>Cognitive Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	52
2.2.2 Pengaruh <i>Affective Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	54
2.2.3 Pengaruh <i>Relational Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	55
2.2.4 Pengaruh <i>Sensorial Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	57
2.2.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
2.2.6 Pengaruh <i>Cognitive Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	61

2.2.7	Pengaruh <i>Affective Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	62
2.2.8	Pengaruh <i>Relational Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64
2.2.9	Pengaruh <i>Sensorial Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	66
2.2.10	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	68
2.2.11	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	70
BAB III METODE PENELITIAN		76
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	76
3.1.1	Waktu Penelitian	76
3.1.2	Tempat Penelitian	76
3.2	Desain Penelitian	77
3.3	Populasi dan Sampel	79
3.3.1	Populasi	79
3.3.2	Sampel	80
3.4	Pengembangan Instrumen	82
3.4.1	Instrumen <i>Customer Loyalty</i>	83
3.4.2	Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	85
3.4.3	Instrumen <i>Cognitive Experience</i>	87
3.4.4	Instrumen <i>Affective Experience</i>	89
3.4.5	Instrumen <i>Relational Experience</i>	91
3.4.6	Instrumen <i>Sensorial Experience</i>	92
3.4.7	Instrumen <i>Brand Image</i>	94
3.5	Teknik Pengumpulan Data	96
3.6	Teknik Analisis Data	98
3.6.1	Uji Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	99
3.6.2	Uji Struktural (<i>Inner Model</i>)	102
3.6.3	Uji Hipotesis	103
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		104
4.1	Deskripsi Data	104
4.1.1	Karakteristik Demografis Responden	104
4.1.2	Karakteristik Perilaku Penggunaan Aplikasi	109
4.1.3	Analisis Deskriptif	111

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	120
4.3 Hasil Analisis SEM PLS	121
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	121
4.3.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	129
4.4 Pembahasan.....	135
4.4.1 Pengaruh <i>Cognitive Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	135
4.4.2 Pengaruh <i>Affective Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	137
4.4.3 Pengaruh <i>Relational Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	139
4.4.4 Pengaruh <i>Sensorial Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	141
4.4.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	143
4.4.6 Pengaruh <i>Cognitive Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	144
4.4.7 Pengaruh <i>Affective Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	146
4.4.8 Pengaruh <i>Relational Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	148
4.4.9 Pengaruh <i>Sensorial Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	150
4.4.10 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	152
4.4.11 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	153
BAB V.....	156
PENUTUP.....	156
5.1 Kesimpulan	156
5.2 Implikasi.....	161
5.2.1 Implikasi Teoretis	161
5.2.2 Implikasi Praktis	162
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	164
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	165
DAFTAR PUSTAKA.....	167
DAFTAR LAMPIRAN	179

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Posisi <i>Top Chart</i> Aplikasi Kedai Kopi	2
Gambar 1.2 Fenomena Loyalitas Pengguna di TikTok.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Teori	72
Gambar 4.2 Diagram <i>Outer Model</i> Setelah <i>Dropping</i>	125



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rating Aplikasi <i>Mobile</i> Kedai Kopi di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Ulasan Customer Experience Positif di App Store.....	8
Tabel 1.3 Ulasan Customer Experience Negatif di App Store	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	73
Tabel 3.1 Distribusi <i>Outlet</i> Kopi Kenangan di Wilayah Jabodetabek.....	79
Tabel 3.2 Pengembangan Instrumen <i>Customer Loyalty</i>	84
Tabel 3.3 Pengembangan Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	86
Tabel 3.4 Pengembangan Instrumen <i>Cognitive Experience</i>	88
Tabel 3.5 Pengembangan Instrumen <i>Affective Experience</i>	90
Tabel 3.6 Pengembangan Instrumen <i>Relational Experience</i>	92
Tabel 3.7 Pengembangan Instrumen <i>Sensorial Experience</i>	93
Tabel 3.8 Pengembangan Instrumen <i>Brand Image</i>	95
Tabel 3.9 Skala Likert 6 Poin.....	97
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	105
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	106
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	107
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	108
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi ...	109
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pemesanan	110
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Cognitive experience</i> (CE).....	113
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Affective experience</i> (AE)	114
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Relational experience</i> (RE).....	115
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Sensorial experience</i> (SE).....	116
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand image</i> (BI)	117
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer satisfaction</i> (CS).....	118
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer loyalty</i> (CL)	119
Tabel 4.15 Hasil <i>Outer loading</i> dan AVE Setelah <i>Dropping</i>	123
Tabel 4.16 Hasil <i>Cross Loading</i> Setelah <i>Dropping</i>	126
Tabel 4.17 Hasil <i>Discriminant Validity</i> (HTMT) Setelah <i>Dropping</i>	127
Tabel 4.18 Hasil <i>Construct Reliability</i> Setelah <i>Dropping</i>	128
Tabel 4.19 Hasil Uji VIF Setelah <i>Dropping</i>	130

Tabel 4.20 Hasil R-Square	131
Tabel 4.21 Hasil PLS-Predict	132
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	133
Tabel 4.23 Hasil <i>Outer loading</i> dan AVE (Pilot Test)	179
Tabel 4.24 Hasil HTMT (Pilot Test)	180
Tabel 4.25 Hasil <i>Construct Reliability</i> (Pilot Test)	180



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	179
Lampiran 2. Pra Survey Open-Ended Questionnaire	181
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	183
Lampiran 4. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	191
Lampiran 5. Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	192
Lampiran 6. Kartu Konsultasi	193
Lampiran 7. Kartu Revisi.....	194
Lampiran 8. Hasil Turnitin.....	195
Lampiran 9. Tabulasi Data	196
Lampiran 9 Riwayat Hidup.....	201

