

## 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
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
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
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
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
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>77</b>
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
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>91</b>