

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
II. BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11

2.2	Tinjauan Pustaka	
2.2.1	Perilaku Konsumen.....	16
2.2.2	Emotion Marketing.....	21
2.2.3	Website experience.....	23
2.2.4	Branding.....	25
2.3	Hubungan Antara Variabel.....	28
III.	BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN	
3.1	Kerangka pikir.....	29
3.2	Model Analisis Data.....	30
3.3	Hipotesis.....	31
IV.	BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1	Pendekatan Penelitian.....	32
4.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
4.3	Metode Pengambilan	
4.3.1	Populasi Penelitian.....	33
4.3.2	Sampel Penelitian.....	33
4.4	Metode dan Prosedur Pengumpulan Data	
4.4.1	Jenis Data.....	34
4.4.2	Sumber Data.....	34
4.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
4.4.4	Instrument Penelitian.....	35
4.5	Variabel dan Definisi Operasional	
4.5.1	Variable Penelitian.....	36
4.5.2	Definisi Operasional.....	37
4.6	Analisa Data	

4.6.1	Analisis Faktor Konfirmatori.....	40
4.6.2	Evaluasi Model Pengukuran.....	41
4.7	Pengujian Tahap Pertama	
4.7.1	Pengujian Validitas.....	41
4.7.2	Pengujian Reabilitas.....	42
4.7.3	Uji Hipotesis Indikator Formatif.....	42
4.8	Pengujian Tahap Kedua.....	43
V.	BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1	Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	
5.1.1	Uji Validitas Instrumen.....	44
5.1.2	Uji Reliabilitas Penelitian.....	45
5.2	Hasil Analisis Data	
5.2.1	Deskripsi Penelitian.....	46
5.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
5.2.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	47
5.2.2.2	Usia Responden.....	47
5.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
5.2.3.1	Perilaku Konsumen.....	48
5.2.3.2	<i>Emotional Marketing</i>	49
5.2.3.3	<i>Website Experience</i>	50
5.2.3.4	<i>Branding</i>	51
5.2.4	Hasil Pengolahan Data.....	53
5.2.5	Pengujian Tahap Pertama.....	54
5.2.5.1	Uji Hipotesis Indikator Formatif.....	55
5.2.5.2	Uji Multikolonieritas.....	57

5.2.6	Pengujian Tahap Kedua.....	58
5.3	Pembahasan	
5.3.1	Karakteristik Responden.....	61
5.3.2	Karakteristik Variable Penelitian.....	61
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	69
VII.	BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	70
6.2	Saran.....	71
	DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....		75

