

## **. KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-nya dalam penulisan tugas akhir, Selain itu tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, HUBUNGAN MEREK DAN EMOSIONAL TERHADAP SIKAP LOYALITAS YANG DI INTERVENING OLEH KETERLIBATAN PELANGGAN PADA BANK. Melalui penelitian ini dapat diselesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pelita Harapan. Ucapan banyak terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah selalu sabar menghadapi peneliti dan memberikan sungguh banyak masukan, ide, kritik dan juga waktu dalam guna menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi peneliti.

Dukungan moral dan materi juga banyak didapatkan oleh peneliti dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M, selaku ketua program sstudi Manajemen di Universitas Pelita Harapan dan selaku dosen pembimbing di Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik di Universtias Pelita Harapan
4. Terima kasih untuk pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya selama saya berada di Universitas Pelita harapan.
5. Seluruh dosen, staf tata usaha, dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang berkontribusi dalam memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, dan saran yang sungguh bermanfaat bagi peneliti selama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan.

6. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang tidak berhenti mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi kepada peneliti selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Pelita Harapan.
7. Seluruh teman-teman yang selalu setia menemani dan mengisi hari-hari peneliti dalam masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang berkontribusi dan telah membantu peneliti selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti pun menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti sangat terbuka dalam menerima segala bentuk kritik, saran dan masukan yang bersifat objektif dan membangun sehingga dapat bermanfaat dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas untuk peneliti. Atas ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.

Surabaya, 12 Desember 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I:PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1. Teori Service Dominant Logic.....	11
2.2. <i>Customer Engagement</i> .....	13
2.3. <i>Self-Brand Connection</i> .....	13
2.4. <i>Satisfaction</i> .....	15
2.5. <i>Emotion During Service</i> .....	18
2.6. <i>Attitudinal Loyalty</i> .....	22
2.7. Hipotesis.....	23
2.7.1 Pengaruh Positif <i>Self Brand Connection</i> Terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	23
2.7.2 Pengaruh Positif <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	24
2.7.3. Pengaruh Positif <i>Emotion During Service</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Engagement</i> .....	26
2.7.4. Pengaruh Positif <i>Customer Engagement</i> Pelanggan Terhadap <i>Attitudinal Loyalty</i> .....	27

2.8. Model Penelitian .....	29
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1. Obyek Penelitian .....	31
3.2. Unit Analisis.....	31
3.3. Tipe Penelitian .....	32
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	33
3.5. Populasi Dan Sampel .....	35
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7. Skala Pengukuran.....	37
3.8. Teknik Pembuatan Kuesioner .....	38
3.9 Metode Analisis Data.....	39
3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	39
3.9.2. Uji Validitas .....	39
3.9.3. Uji Reliabilitas .....	40
3.9.4. Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	40
3.9.5. Hasil Uji Validitas.....	42
3.9.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	43
3.9.7. SEM-PLS .....	43
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Profil Responden.....	47
4.2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....	48
4.2.1. Deskripsi Tanggapan Responden tentang Attitudional loyalty.....	48
4.2.2. Deskripsi Tanggapan Responden tentang <i>Customer engagement</i> .....	49
4.2.3. Deskripsi Tanggapan Responden tentang <i>Emotion during service</i> .....	50
4.2.4. Deskripsi Tanggapan Responden tentang <i>Satisfaction</i> .....	51
4.2.5. Deskripsi Tanggapan Responden tentang <i>Self brand connection</i> .....	52
4.3 Hasil Penelitian Aktual .....	53
4.3.1. Uji Validitas <i>Actual Test</i> .....	53

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual .....	55
4.3.3. Hasil Uji VIF.....	56
4.4 Hasil Uji Hipotesis .....	57
4.4.1. Inner model .....	58
4.4.2. Outer Model .....	59
4.5.Pembahasan.....	60
4.5.1. <i>Self Brand Connection</i> berpengaruh positif Terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	60
4.5.2. <i>Satisfaction</i> berpengaruh positif Terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	62
4.5.3. <i>Emotion During Service</i> berpengaruh positif Terhadap <i>Customer</i> <i>Engagement</i> .....	63
4.5.4. <i>Customer Engagement</i> berpengaruh positif Terhadap <i>Attitudinal</i> <i>Loyalty</i> .....	64
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan .....	67
5.2. Implikasi.....	67
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional.....	32
Tabel 3.2. <i>Outer Loadings</i> .....	39
Tabel 3.3. Hasil Uji Construct Validity dan Reliability.....	39
Tabel 3.4. Hasil Uji Discriminant Validity .....	40
Tabel 3.5. Hasil Uji Composite Reliability .....	40
Table 3.6. PLS-SEM Tabel .....	42
Tabel 4.1. Profil Responden.....	45
Tabel 4.2. Tanggapan Responden tentang <i>Attitudinal loyalty</i> .....	47
Tabel 4.3. Tanggapan Responden tentang <i>Customer engagement</i> .....	48
Tabel 4.4. Tanggapan Responden tentang <i>Emotion during service</i> .....	48
Tabel 4.5. Tanggapan Responden tentang <i>Satisfaction</i> .....	49
Tabel 4.6. Tanggapan Responden tentang <i>Self brand connection</i> .....	50
Tabel 4.7. <i>Outer loading test results</i> .....	51
Tabel 4.8. AVE Tabel .....	52
Tabel 4.9 Hasil Penelitian Aktual Validitas Diskriminan.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual .....	54
Tabel 4.11. VIF Tabel .....	55
Tabel 4.12. R <sup>2</sup> Tabel.....	57
Tabel 4.13. Hasil Structural Model.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kegiatan Usaha Perbankan.....	3
Gambar 4.1. <i>Path model</i> .....	56

