

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Konstruk Variabel	17
2.1.1 Customer Engagement.....	17
2.1.2 Customer Satisfaction	21
2.1.3 Customer Brand Reputation	25
2.1.4 Customer Loyalty.....	29
2.1.5 SME's Performance.....	32
2.2 Pengakuan Hipotesis.....	36
2.3 Model Penelitian	47

BAB III

METODE PENELITIAN	48
3.1 Objek Penelitian.....	48
3.2 Subjek Penelitian	48
3.3 Tipe Penelitian	49
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
3.5 Populasi dan Sample.....	51
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel	52
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	53
3.6 Metode Pengumpulan Data	53
3.7 Metode Analisis Data.....	54
3.7.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	55
3.7.1.1 Indicator Reliability.....	55
3.7.1.2 Construct Reliability.....	56
3.7.1.3Convergent Validity.....	57
3.7.1.4 Discriminant Validity.....	58
3.7.2 Pengujian Model Pengukuran (Inner Model).....	58
3.7.2.1 Multicollinearity Assesment	58
3.7.2.2 R Square Test.....	59
3.7.2.2 Path Coefficient.....	60
3.8 Pengujian Hipotesis	60
3.9Studi Uji Pendahuluan.....	62
3.9.1 Convergent Validity.....	64
3.10.2 Hasil Uji Reliabilitas	65

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Demografi Responden	67
4.2 Profil Perilaku Responden.....	70
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	73
4.4 Analisis Statistik Inferensial.....	80
4.5 Pembahasan	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	95
5.2 Implikasi Manajerial	96
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	98

DAFTAR PUSTAKA.....	100
----------------------------	------------

