

Daftar Isi

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	vi
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	vii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	viii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	11
2.1 <i>Customer Engagement via mobile app</i>	11
2.2 <i>Customer Equity</i>	12
2.2.1 <i>Value Equity</i>	13
2.2.2 <i>Brand Equity</i>	13
2.2.3 <i>Relationship Equity</i>	15
2.3 <i>Repurchase Intention</i>	15
2.4 Hubungan Antar Variabel	16
2.4.1 Hubungan antara <i>customer engagement via mobile app</i> dengan <i>value equity</i>	16
2.4.2 Hubungan antara <i>customer engagement via mobile app</i> dengan <i>brand equity</i>	17
2.4.3 Hubungan antara <i>customer engagement via mobile app</i> dengan <i>relationship equity</i>	17
2.4.4 Hubungan antara <i>value equity</i> dengan <i>repurchase intention</i>	18
2.4.5 Hubungan antara <i>brand equity</i> dengan <i>repurchase intention</i>	19

2.4.6 Hubungan antara <i>relationship equity</i> dengan <i>repurchase intention</i>	19
2.5 Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Unit Analisis	21
3.3 Tipe Penelitian	22
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	23
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data	31
3.7 Metode Analisis Data.....	35
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Profil Responden.....	43
4.1.2 Deskripsi Konstruk Penelitian	45
4.1.3 Analisis Data Penelitian	50
4.2 Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Manajerial	62
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya	63
Daftar Pustaka	65
LAMPIRAN.....	71

Daftar Tabel

Tabel 3 . 1 Tabel Operasional Variabel	24
Tabel 3. 2 Vailidity dan Reliability Pre-test (sumber: data analisis pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3)	40
Tabel 3. 3 Hasil uji Fornell-Larcker Pre-test (sumber: data analisis pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3)	41
Tabel 4. 1 Karakteristik responden (sumber: data analisis pribadi).....	43
Tabel 4. 2 Klasifikasi Sikap (sumber: Widoyoko dalam Rias et.al (2016))	46
Tabel 4. 3 Statistik deskriptif customer engagement via mobile app (sumber: data analisi pribadi).....	46
Tabel 4. 4 Statistik deskriptif value equity (sumber: data analisi pribadi).....	47
Tabel 4. 5 Statistik deskriptif brand equity (sumber: data analisi pribadi)	48
Tabel 4. 6 Statistik deskriptif relationship equity (sumber: data analisi pribadi)	49
Tabel 4. 7 Statistik deskriptif repurchase intention (sumber: data analisi pribadi)..	50
Tabel 4. 8 Validity dan Reliability Actual (sumber: data analisi pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3).....	52
Tabel 4. 9 Hasil uji Fornell-Larcker Actual (sumber: data analisi pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3)	53
Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi (R2 atau R-square) (sumber: data analisi pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3)	54
Tabel 4. 11 Hasil uji koefisien nilai statistik (uji hipotesis) (sumber: data analisi pribadi menggunakan SmartPLS ver 3.3.3).....	56

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Statistik perangkat yang digunakan untuk menikmati layanan SVOD di Indonesia per Mei 2021 (sumber: Statista)	4
Gambar 1. 2 Statistik pelanggan layanan SVOD di Indonesia per Januari 2021 (sumber: AMPD Research).....	5
Gambar 1. 3. Penetrasi layanan SVOD di Indonesia per Desember 2021 (sumber: S&P Capital)	6
Gambar 2. 1 Model penelitian (sumber: Ho, M. H. W., & Chung, H. F. L. (2020))	20
Gambar 3. 1 Outer Model Pre-test sebelum eliminasi (sumber: data analisis pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3)	39
Gambar 3. 2 Outer Model Pre-test setelah eliminasi (sumber: data analisis pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3)	40
Gambar 4. 1 Outer model actual (sumber: data analisis pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3).....	52
Gambar 4. 2 Inner model actual (sumber: data analisis pribadi menggunakan SmartPLS ver. 3.3.3).....	55