

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

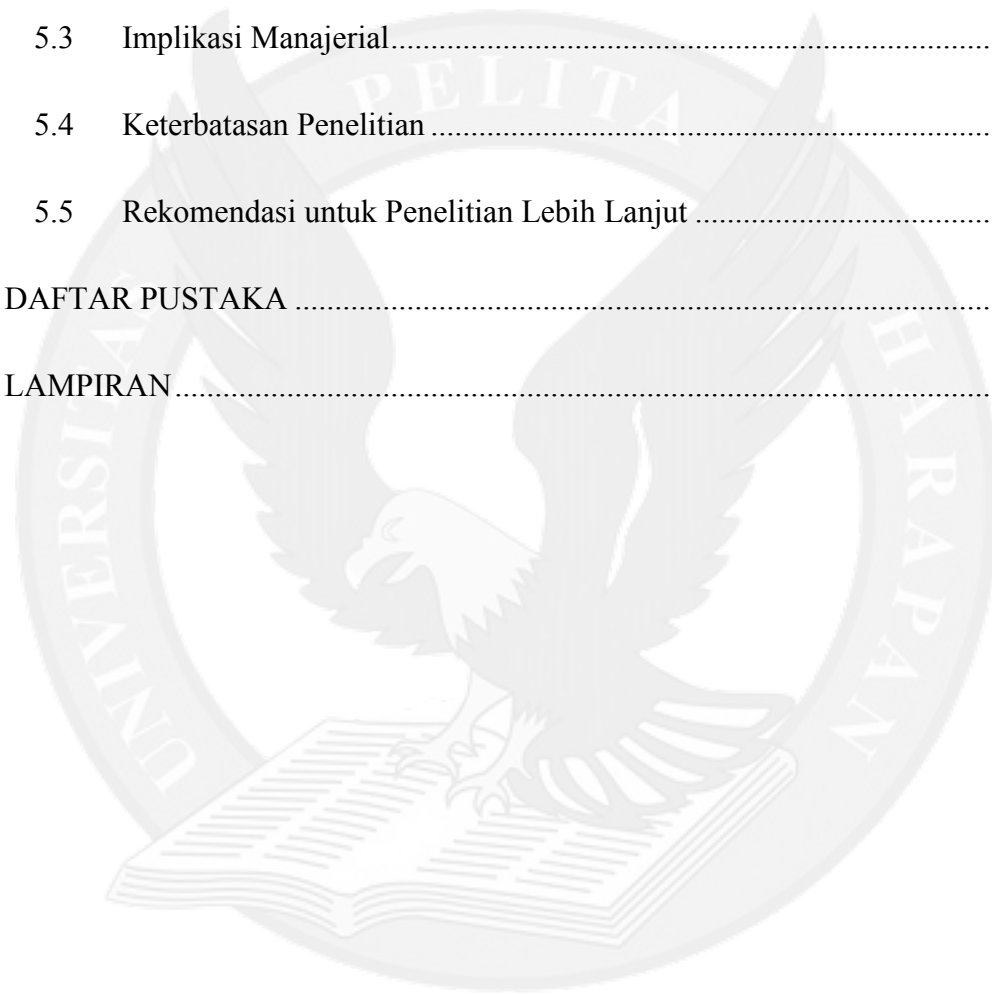
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.6 Kontribusi Penelitian	14
1.7 Garis Besar Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	17

2.1	<i>Perceived Interactivity</i>	17
2.2	<i>Brand Community</i>	19
2.3	Manfaat Komunitas	24
2.3.1	<i>Special Treatment</i>	27
2.3.2	<i>Social Influence</i>	28
2.3.3	<i>Sense of Membership</i>	29
2.4	Kepuasan Komunitas.....	31
2.5	Loyalitas Merek.....	32
2.6	Tinjauan Studi Penelitian Terdahulu.....	35
2.7	Hubungan Antar Variabel.....	44
2.7.1	<i>Perceived interactivity</i> terhadap Manfaat komunitas	44
2.7.2	Manfaat komunitas terhadap Kepuasan Komunitas	47
2.7.3	Kepuasan Komunitas terhadap Loyalitas Merek	49
2.8	Model Penelitian.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Paradigma Penelitian.....	52
3.2	Penelitian Kuantitatif.....	56
3.3	Desain Penelitian	58
3.4	Objek Penelitian	60
3.5	Unit Analisis.....	61
3.6	Pengukuran Variabel	63

3.7 Definisi Konseptual dan Operasional	67
3.8 Skala Pengukuran	71
3.9 Metode Pengumpulan Data	74
3.10 Etika dalam Pengumpulan Data	76
3.11 Teknik Sampling	78
3.12 Ukuran Sampel	82
3.13 Metode Analisis Data	84
3.14 Statistika Deskriptif	84
3.15 Statistika Inferensial	86
3.16 <i>Goodness of The Data</i>	87
3.17 Validitas	87
3.18 Reliabilitas	89
3.19 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	90
3.20 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	92
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	95
4.1 <i>Preliminary Test</i>	95
4.2 Validitas terhadap <i>Preliminary Test</i>	96
4.3 Validitas Konvergen terhadap <i>Preliminary Test</i>	96
4.4 Validitas Diskriminan terhadap <i>Preliminary Test</i>	104
4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Preliminary Test</i>	110

4.6	Karakteristik Responden Uji Aktual	114
4.7	Jenis Kelamin	114
4.8	Usia.....	115
4.9	Tingkat Pendidikan.....	116
4.10	Jenis Profesi Responden.....	116
4.11	Domisili Responden	117
4.12	Uji Data Aktual	118
4.13	Analisis Statistik Deskriptif.....	119
4.14	Analisis Statistik Inferensial.....	124
4.15	Hasil Validitas Konvergen – Uji Aktual (I)	125
4.16	Hasil Validitas Diskriminan – Uji Aktual (I)	129
4.17	Hasil Validitas Konvergen – Uji Aktual (II).....	133
4.18	Hasil Validitas Diskriminan – Uji Aktual (II).....	136
4.19	Hasil Uji Reliabilitas Data Aktual.....	139
4.20	<i>Outer Model</i>	142
4.21	Uji <i>Common Method Bias</i> – Data Aktual (II)	142
4.22	<i>Goodness of Fit</i>	146
4.23	(R^2)	147
4.24	Relevansi Prediktif (Q^2)	150
4.25	<i>Effect Size</i> (F^2).....	152
4.26	Uji Hipotesis.....	153

4.27	<i>Inner Model</i>	159
4.28	Pembahasan.....	160
BAB V KESIMPULAN.....		169
5.1	Kesimpulan.....	169
5.2	Implikasi Teoritis.....	172
5.3	Implikasi Manajerial.....	176
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	177
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Lebih Lanjut.....	178
DAFTAR PUSTAKA.....		181
LAMPIRAN.....		194



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi dan Kontribusi Internet berdasarkan Pulau	5
Gambar 1. 2 Highlight Perilaku Penggunaan Internet	6
Gambar 1. 3 Alasan menggunakan internet	7
Gambar 1. 4 Hasil survei Marketplace Indonesia	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu	51
Gambar 2. 2 Model Konseptual Usulan Penelitian	51
Gambar 3. 1 Jenis Variabel	65
Gambar 3. 2 Model Konseptual Penelitian	66
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	142
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	159

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Studi Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. 1 Metode Penelitian Kuantitatif vs Kualitatif	55
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	68
Tabel 3. 3 Skala Likert	73
Tabel 3. 4 Aturan Praktis Model Penelitian	93
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Perceived Interactivity	97
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Sense of Membership	98
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Social Influence	99
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Special Treatment.....	100
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Community Satisfaction ...	101
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen Variabel Brand Loyalty	102
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen AVE.....	103
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Diskriminan Variabel Perceived Interactivity....	104
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Diskriminan Variabel Sense of Membership	105
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Diskriminan Variabel Social Influence.....	106
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Diskriminan Variabel Special Treatment.....	107
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Diskriminan Variabel Kepuasan Komunitas.....	108
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Diskriminan Variabel Loyalitas Merek.....	109
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT Preliminary Test.....	110
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	111
Tabel 4. 16 Hasil Uji Composite Reliability Variabel Penelitian	112
Tabel 4. 17 Persentase Jenis Kelamin Responden Penelitian	114

Tabel 4. 18 Persentase Usia Responden Penelitian.....	115
Tabel 4. 19 Persentase Tingkat Pendidikan Responden Penelitian.....	116
Tabel 4. 20 Persentase Jenis Profesi Responden Penelitian.....	117
Tabel 4. 21 Persentase Domisili Responden Penelitian	118
Tabel 4. 22 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	120
Tabel 4. 23 Hasil Uji Factor Loading terhadap Data Aktual (I)	126
Tabel 4. 24 Hasil Uji AVE terhadap Data Aktual (I).....	128
Tabel 4. 25 Hasil Uji Cross Loading terhadap Data Aktual (I)	129
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT Data Aktual (I).....	133
Tabel 4. 27 Hasil Uji Factor Loading terhadap Data Aktual (II)	133
Tabel 4. 28 Hasil Uji AVE terhadap Data Aktual (II)	136
Tabel 4. 29 Hasil Uji Cross Loading terhadap Data Aktual (II)	136
Tabel 4. 30 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT Data Aktual (II).....	139
Tabel 4. 31 Hasil Uji Cronbach's Alpha terhadap Data Aktual (II).....	140
Tabel 4. 32 Hasil Uji Composite Reliability terhadap Data Aktual (II)	141
Tabel 4. 33 Hasil Uji Outer VIF Value Data Aktual (II)	143
Tabel 4. 34 Hasil Uji Inner VIF Value Data Aktual (II).....	145
Tabel 4. 35 Model Fit Data Aktual (II).....	147
Tabel 4. 36 Nilai R^2 Data Aktual (II).....	148
Tabel 4. 37 Nilai R^2 Adjusted Data Aktual (II)	149
Tabel 4. 38 Nilai Q^2 Data Aktual (II).....	151
Tabel 4. 39 Nilai F^2 Data Aktual (II).....	152
Tabel 4. 40 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	153