

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	10
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.6 Kontribusi Penelitian.....	15
1.6.1. Kontribusi Teoritis	15
1.6.2. Kontribusi Praktis.....	16
1.7 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	18
2.1 Variabel Penelitian	18
2.1.1 <i>Customer Engagement via Mobile Apps</i>	18
2.1.2 <i>Customer Equity</i>	19
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i>	23
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.2.1 Hubungan antara <i>Customer Engagement via mobile apps</i> dengan <i>ValueEquity</i>	24
2.2.2 Hubungan antara <i>Customer Engagement via mobile apps</i> dengan <i>BrandEquity</i>	25

2.2.3	Hubungan antara <i>Customer Engagement via mobile apps</i> dengan <i>Relationship Equity</i>	26
2.2.4	Hubungan antara <i>Value Equity</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	27
2.2.5	Hubungan antara <i>Brand Equity</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	28
2.2.6	Hubungan antara <i>Relationship Equity</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	29
2.3	Hipotesis.....	30
2.4	Model Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Paradigma Penelitian.....	32
3.2	Penelitian Kuantitatif.....	33
3.3	Desain Penelitian.....	34
3.4	Objek Penelitian	35
3.5	Unit Analisis.....	36
3.6	Pengukuran Variabel	37
3.7	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	38
3.8	Skala Pengukuran Variabel	41
3.9	Metode Pengumpulan Data	43
3.10	Etika Pengumpulan Data	44
3.11	Sampling.....	45
3.12	Ukuran Sampel	48
3.13	Metode Analisis Data	49
3.15	PLS-SEM.....	54
3.16	Uji Pendahuluan.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Profil Responden	56
4.1.1	Jenis Kelamin	56
4.1.2	Usia	57
4.1.3	Domisili.....	58
4.1.4	Pendidikan Terakhir	59
4.1.5	Pekerjaan.....	60
4.1.6	Tingkat Pemasukan	61
4.1.7	Frekuensi pemesanan melalui aplikasi seluler Fore Coffee	62
4.2	Uji Aktual	63

4.2.1	Statistik Deskriptif	64
4.2.2	Statistik Inferensial.....	67
4.2.3	Model Pengukuran	74
4.2.4	R-Square.....	75
4.2.5	Q-Square	77
4.2.6	Goodness of Fit	78
4.2.7	Uji Hipotesis	79
4.2.8	Model Struktural	83
4.3	Pembahasan	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Implikasi Teoritis	89
5.3	Implikasi Manajerial.....	90
5.4	Keterbatasan dan Saran	91
5.5	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Persentase Pengguna Internet di Indonesia dari 2018-2022 . 2	
Gambar 1. 2 Tampilan mobile apps Sejumlah Restoran di Indonesia4	
Gambar 1. 3 Kontribusi Setiap Industri terhadap PDB Indonesia Kuartal II-2022 5	
Gambar 1. 4 Tampilan Aplikasi Mobile Fore Coffee Indonesia.....8	
Gambar 1. 5 Kedai Kopi Lokal Terfavorit Tahun 2022.....12	
Gambar 4. 1 Model Pengukuran75	
Gambar 4. 2 Model Struktural 84	



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	38
Tabel 3. 2 Skala Likert Lima Poin	42
Tabel 4. 1 Rincian dari Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Rincian dari Usia Responden.....	58
Tabel 4. 3 Rincian dari Domisili Responden	59
Tabel 4. 4 Rincian dari Pendidikan Terakhir Responden	60
Tabel 4. 5 Rincian dari Pekerjaan Responden	61
Tabel 4. 6 Rincian dari Tingkat Pemasukan Responden.....	62
Tabel 4. 7 Rincian dari Frekuensi Pemesanan Melalui Aplikasi Seluler Responden	63
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif	64
Tabel 4. 9 Hasil Outer Loading Uji Aktual.....	68
Tabel 4. 10 Hasil AVE Uji Aktual.....	70
Tabel 4. 11 Hasil HTMT Uji Aktual.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability Uji Aktual	72
Tabel 4. 13 Hasil Outer VIF Uji Aktual.....	73
Tabel 4. 14 Hasil Inner VIF Uji Aktual	74
Tabel 4. 15 Hasil R-Square Uji Aktual	76
Tabel 4. 16 Hasil Q-Square Uji Aktual.....	77
Tabel 4. 17 Hasil Goodness of Fit Uji Aktual.....	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A PERTANYAAN KUESIONER.....	104
LAMPIRAN B HASIL PRETEST.....	108
LAMPIRAN C HASIL AKTUAL.....	117

