

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TESIS.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Customer Engagement</i>	9
2.1.1 <i>Conscious Attention</i>	10
2.1.2 <i>Enthused Participation</i>	10

2.1.3 <i>Social Connection</i>	11
2.1.4 <i>Pro-Environmental</i>	12
2.1.5 <i>Pro-Community</i>	13
2.2 Kepuasan Pelanggan... ..	13
2.3 Loyalitas Pelanggan... ..	15
2.4 Hipotesis Penelitian.....	16
2.4.1 Hubungan antara <i>Conscious Attention</i> dengan Kepuasan Pelanggan... ..	16
2.4.2 Hubungan antara <i>Enthused Participation</i> dengan Kepuasan Pelanggan... ..	17
2.4.3 Hubungan antara <i>Social Connection</i> dengan Kepuasan Pelanggan... ..	17
2.4.4 Hubungan antara <i>Pro-Environment</i> dengan Kepuasan Pelanggan... ..	18
2.4.5 Hubungan antara <i>Pro-Community</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.6 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan... ..	19
2.5 Model penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Objek dan Subjek Peneoitian... ..	21
3.3 Definisi Konseptual dan Operasional.....	23
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	25
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.5 Metode Pengumpulan Data	26
3.5.1 Skala Pengukuran... ..	27

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	28
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif... ..	28
3.6.2 Uji Statistik Inferensial	29
3.6.2.1 Uji Validitas	29
3.6.2.2 Uji Reabilitas.....	30
3.5.3 Uji <i>Inner Model</i>	31
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Profil Responden.....	33
4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	35
4.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Conscious Attention</i>	36
4.2.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Enthused Participation</i>	37
4.2.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Social Connection</i>	38
4.2.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Pro-Environmental (PE)</i>	39
4.2.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Pro Community (PC)</i>	40
4.2.6 Hasil Uji Statistik <i>Customer Satisfaction (CS)</i>	41
4.2.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty (CL)</i>	42
4.3 Hasil Uji Statistik Inferensial	43
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	44
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3.3 Uji <i>Inner Model</i>	47
4.4 Pengujian Hipotesis.....	49

4.5 Pembahasan.....	52
4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1.....	52
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 2.....	53
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 3.....	54
4.5.4 Pembahasan Hipotesis 4.....	55
4.5.5 Pembahasan Hipotesis 5.....	55
4.5.6 Pembahasan Hipotesis 6.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan... ..	58
5.2 Implikasi Teoritis	58
5.3 Implikasi Manajerial	59
5.4 Keterbatasan dan Saran Dalam Penelitian... ..	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN 1.....	63
LAMPIRAN 2.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Model Konstruk <i>Outer Model</i>	47
Gambar 4.2 Model Konstruk <i>Inner Model</i>	48



DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasional	23
Tabel 3.2 Tingkat Interval Skala Likert	29
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	34
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pembelian 6 Bulan Terakhir.....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Conscious Attention (CA)</i>	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Enthused Participation (EP)</i>	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Social Connection (SC)</i>	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Dekskriptif <i>Pro-Environmental (PE)</i>	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Pro-Community (PC)</i>	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Consumer Satisfaction (CS)</i>	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty (CL)</i>	42
Tabel 4.13 Hasil Uji AVE	44
Tabel 4.14 Hasil Uji HTMT	45
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	46
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)... ..	48
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>R-Square</i>	49
Tabel 4.19 Tabel <i>Bootstrapping</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	66
LAMPIRAN 2.....	71

