

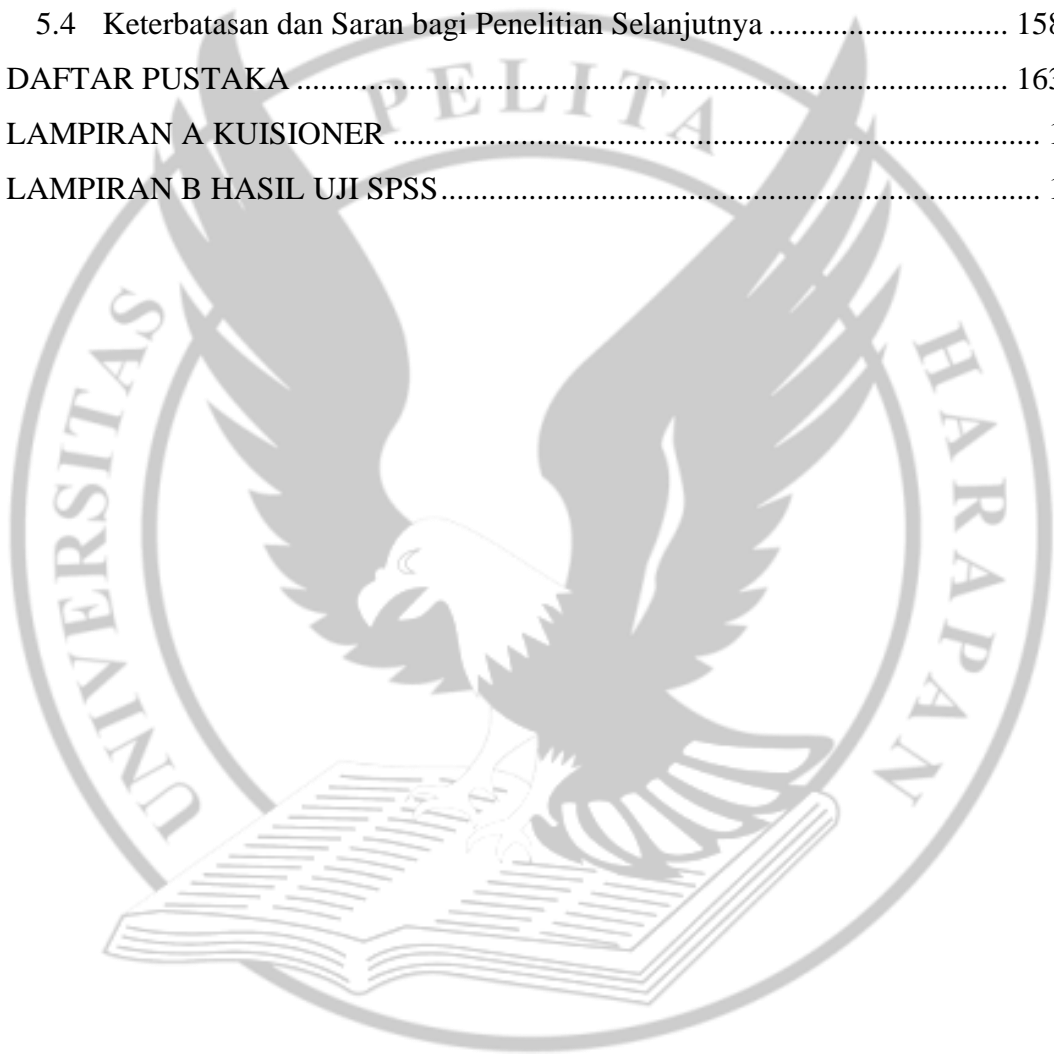
## DAFTAR ISI

FORMULIR PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Praktis .....	12
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	13
1.5 Batasan Masalah.....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Definisi Konsep/Konsep Dasar .....	16
2.2 Telaah Literatur .....	18
2.2.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	18
2.2.2 <i>Value</i> .....	21
2.2.3 <i>Contributions</i> .....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	31
2.3.1 Pengaruh <i>Control Based Contributions</i> terhadap <i>Customer Learning/Knowledge Values</i> .....	31

2.3.2	Pengaruh <i>Control Based Contributions</i> terhadap <i>Customer Influences Values</i> .....	32
2.3.3	Pengaruh <i>Collaborative Contributions</i> terhadap <i>Customer Influences Values</i> .....	34
2.3.4	Pengaruh <i>Collaborative Contributions</i> terhadap <i>Customer Referral Values</i> .....	35
2.3.5	Pengaruh <i>Individual Contributions</i> terhadap <i>Customer Influences Values</i> .....	36
2.3.6	Pengaruh <i>Individual Contributions</i> terhadap <i>Customer Referral Values</i> .....	38
2.3.7	Pengaruh <i>Calculated Contributions</i> terhadap <i>Customer Learning/Knowledge Values</i> .....	39
2.3.8	Pengaruh <i>Customer Learning/Knowledge Values</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	40
2.3.9	Pengaruh <i>Customer Influences Values</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	42
2.3.10	Pengaruh <i>Customer Referral Values</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	43
2.4	Model Penelitian .....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		46
3.1	Obyek Penelitian .....	46
3.2	Unit Analisis .....	47
3.3	Tipe Penelitian .....	48
3.4	Pengukuran Variabel Penelitian .....	50
3.4.1	Skala Pengukuran Variabel .....	51
3.4.2	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel .....	52
3.5	Populasi dan Sampel .....	59
3.5.1	Penentuan Besar Sampel .....	59
3.5.2	Metode Pengambilan Sampel .....	60
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	61
3.7	Metode Analisis Data .....	63
3.7.1	Pengolahan Data .....	63
3.7.2	Pengujian Hipotesis .....	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	75
4.1 Profil Demografi Responden.....	76
4.2 Profil Perilaku Responden.....	77
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	77
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Independen .....	79
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Mediasi.....	87
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Dependen .....	94
4.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Jawaban Responden.....	96
4.4 Analisis Inferensial.....	117
4.4.1 Uji Validitas .....	117
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	119
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	120
4.4.4 Analisis Linier Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ) .....	128
4.4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	133
4.5 Diskusi .....	137
4.5.1 Pengaruh <i>Control Based Contributions</i> terhadap <i>Customer Learning/Knowledge Values</i> .....	138
4.5.2 Pengaruh <i>Control Based Contributions</i> terhadap <i>Customer Influences Values</i> .....	139
4.5.3 Pengaruh <i>Collaborative Contributions</i> terhadap <i>Customer Influences Values</i> .....	140
4.5.4 Pengaruh <i>Collaborative Contributions</i> terhadap <i>Customer Referral Values</i> .....	141
4.5.5 Pengaruh <i>Individual Contributions</i> terhadap <i>Customer Influences Values</i> .....	142
4.5.6 Pengaruh <i>Individual Contributions</i> terhadap <i>Customer Referral Values</i> .....	143
4.5.7 Pengaruh <i>Calculated Contributions</i> terhadap <i>Customer Learning/Knowledge Values</i> .....	145
4.5.8 Pengaruh <i>Customer Learning/Knowledge Values</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	146

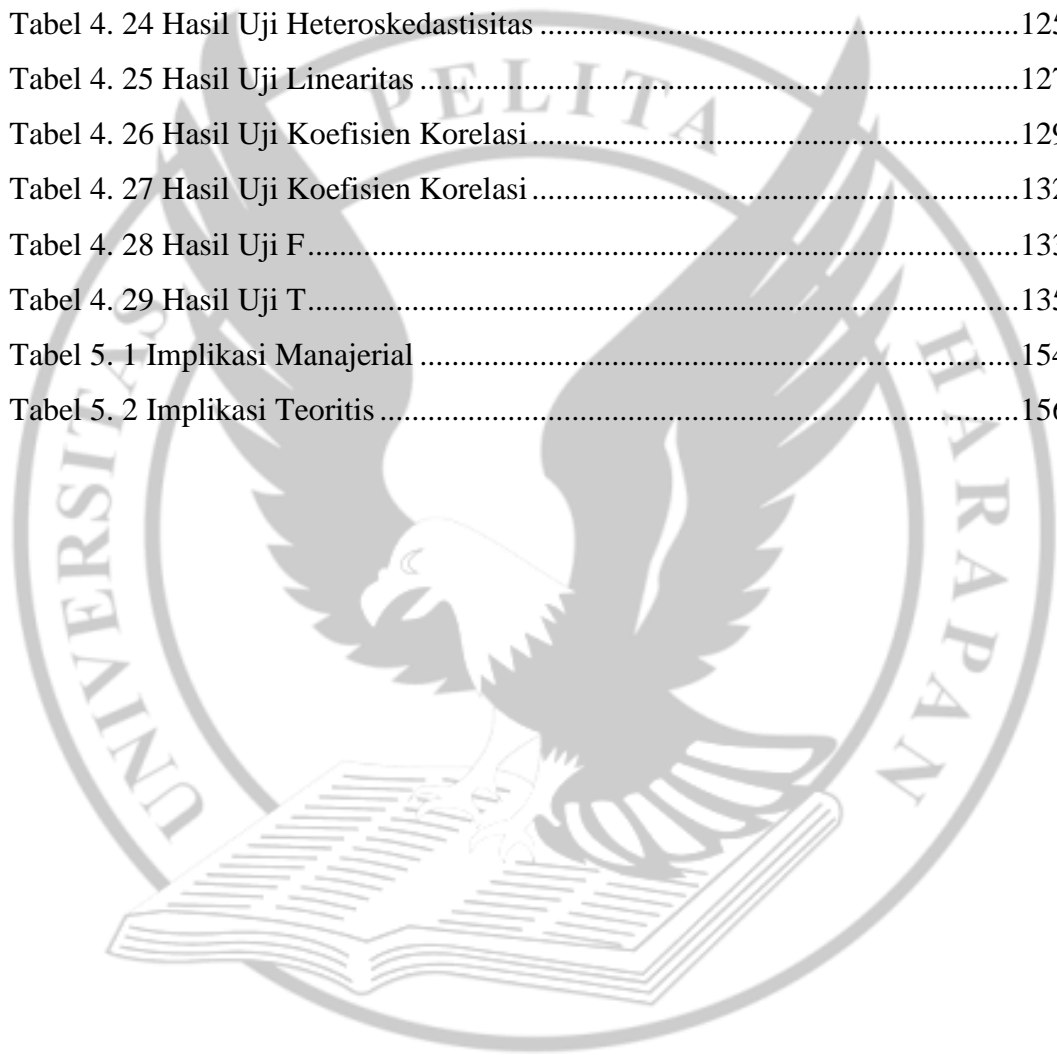
4.5.9	Pengaruh <i>Customer Influences Values</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	147
4.5.10	Pengaruh <i>Customer Referral Values</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		150
5.1	Kesimpulan Penelitian .....	150
5.2	Implikasi Manajerial .....	152
5.3	Implikasi Teoritis .....	156
5.4	Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya .....	158
DAFTAR PUSTAKA .....		163
LAMPIRAN A KUISIONER .....		1
LAMPIRAN B HASIL UJI SPSS.....		1



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	53
Tabel 3. 2 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 4. 1 Profil Demografi Responden .....	76
Tabel 4. 2 Profil Perilaku Responden .....	77
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Dalam Setiap Variabel.....	78
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Control Based Contributions .....	79
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Collaborative Contributions.....	81
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Individual Contribution .....	83
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Calculate Contributions .....	85
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Customer Learning/Knowledge Values .....	88
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Customer Influences Values .....	90
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Customer Referral Value .....	92
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Customer Loyalty .....	95
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Control Based Contributions.....	97
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Collaborative Contributions.....	100
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Individual Contributions.....	102
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Calculated Contributions.....	105
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Calculate Contributions.....	107
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Influences Values.....	110
Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Referral Values.....	112

Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Loyalty .....	115
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas.....	118
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reliabilitas .....	120
Tabel 4. 22 Hasil Uji Normalitas .....	121
Tabel 4. 23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	124
Tabel 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	125
Tabel 4. 25 Hasil Uji Linearitas .....	127
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	129
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	132
Tabel 4. 28 Hasil Uji F.....	133
Tabel 4. 29 Hasil Uji T.....	135
Tabel 5. 1 Implikasi Manajerial .....	154
Tabel 5. 2 Implikasi Teoritis .....	156



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Mobile Legends .....	3
Gambar 1. 2 Pemain Aktif <i>Game</i> Mobile Legends (2023-2024).....	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	45

