

DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fenomena Bisnis	3
1.3 Reasearch Gap.....	7
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 SOR Model (Stimulus–Organism–Response)	18
2.2 Pengembangan Variabel.....	19
2.2.1 Gamifikasi (Gamification).....	19
2.2.2 Desain Aplikasi Seluler (Design mobile app)	21
2.2.3 Rekomendasi yang Dipersonalisasi (Personalized Recommendations)	24
2.2.4 Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement)	27
2.2.5 Kesetiaan Merek (Brand Loyalty)	30
2.3 Hubungan Antar Variable	33
2.3.1 Hubungan Gamification terhadap Brand Loyalty	33
2.3.2 Hubungan Mobile Design App terhadap Brand Loyalty.....	34
2.3.3 Hubungan Personalized Recommendations terhadap Brand Loyalty	35
2.3.4 Hubungan Gamification terhadap Customer Engagement	36
2.3.5 Hubungan Mobile Design App terhadap Customer Engagement .	38
2.3.6 Hubungan Personalize Recommendations terhadap Customer Engagement	39

2.3.7 Hubungan Customer Engagement terhadap Brand Loyalty	41
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	44
3.1.1 Definisi Operasional	45
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.3.1 Jenis Data.....	49
3.3.2 Sumber Data	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	50
3.4.1 Kuesioner.....	50
3.5 Metode Analisis Data	51
3.5.1 Mengkonstruksi Path Diagram untuk Hubungan Kausal	53
3.5.2 Memilih Matrik Input Dan Estimasi Model	54
3.5.3 Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural	55
3.5.4 Evaluasi Kecocokan Model Berdasarkan Kriteria Goodness-of-Fit	55
3.5.5 Pengembangan Model Berbasis Teoritis	59
3.5.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Penelitian.....	61
4.1.1 Deskripsi Umum Objek penelitian	61
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	62
4.2 Analisis SEM.....	66
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	66
4.2.2 Uji Model Struktural.....	79
4.2.3 Pengujian Hipotesis	86
4.2.4 Analisis Direct, Indirect, dan Total Effect.....	89
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	93
4.3.1 Pengaruh Gamification terhadap Brand Loyalty	93
4.3.2 Pengaruh Mobile Design App terhadap Brand Loyalty	94
4.3.3 Pengaruh Personalized Recommendations terhadap Brand Loyalty	94
4.3.4 Pengaruh Gamification terhadap Customer Engagement.....	95

4.3.5 Pengaruh Mobile Design App terhadap Customer Engagement...	96
4.3.6 Pengaruh Personalize Recommendations terhadap Customer Engagement	97
4.3.7 Pengaruh Customer Engagement terhadap Brand Loyalty	98
BAB V PENUTUP	98
5.1 Ringkasan Penelitian	98
5.2 Kesimpulan Hipotesis	99
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	101
5.4 Implikasi Teoritis	105
5.5 Implikasi Manajerial	108
5.6 Keterbatasan Penelitian	110
5.7 Rekomendasi Penelitian Mendatang	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	122