

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
13.1 Latar Belakang	1
13.2 Rumusan Masalah	15
13.3 Tujuan Penelitian	16
13.4 Manfaat Penelitian.....	17
13.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 <i>Relationship Marketing</i>	20
2.1.2 <i>Word of Mouth</i>	26
2.1.3 <i>Customer Engagement</i>	30
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.5 Kepercayaan Konsumen	35
2.1.6 <i>Brand Image</i>	37
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	45
2.1.8 <i>Consumer Behavior</i> dalam Industri Kopi Kekinian.....	47
2.1.9 Budaya Konsumen Kopi Kekinian di Semarang dan Pengaruhnya terhadap WOM dan Customer Engagement.....	56
2.2 Kerangka Pemikiran	64
2.3 Perumusan Hipotesis	65
BAB III METODE PENELITIAN	66

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian	66
3.1.1	Variabel Penelitian.....	66
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	68
3.1.3	Pengembangan Indikator	70
3.1.4	Relevansi Variabel dalam Model Penelitian	70
3.2	Populasi dan Sampel.....	72
3.2.1	Populasi	72
3.2.2	Sampel	74
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	75
3.3.1	Jenis Data.....	75
3.3.2	Sumber Data	76
3.4	Teknik Pengumpulan Data	77
3.4.1	Kuesioner.....	78
3.4.2	Observasi	79
3.4.3	Studi Kepustakaan	79
3.5	Metode Analisis.....	79
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
3.5.2	Uji Asumsi SEM.....	82
3.5.3	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	84
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		95
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	95
4.2	Profil Responden	95
4.3	Hasil Analisis.....	97
4.3.1	Deskripsi Variabel Penelitian	97
4.4	Hasil Analisis.....	101
4.4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	101
4.4.2	Asumsi SEM.....	106
4.4.3	Analisis Full Model SEM	112
4.4.4	Efek Langsung dan Tidak Langsung	117
4.4.5	Diskusi Kualitatif Hasil Analisis SEM	118
BAB V PENUTUP.....		122
5.1	Kesimpulan.....	122

5.2	Implikasi Penelitian	124
5.2.1	Implikasi Manajerial	124
5.2.2	Implikasi Teoritis	127
5.3	Keterbatasan Penelitian	128
5.4	Saran untuk Penelitian Lanjutan	131
DAFTAR PUSTAKA		135
LAMPIRAN		141

