

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4. Kegunaan Penelitian.....	14
1.4.1. Kegunaan Teoritis	14
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Telaah Pustaka	17
2.1.1. Personalisasi Produk.....	17
2.1.2. Kepercayaan Pelanggan	19
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	22
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1. Pengaruh Personalisasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan ..	31
2.3.2. Pengaruh Personalisasi produk terhadap Kepercayaan Pelanggan	33
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	34

2.3.4.	Peran Mediasi Kepercayaan Pelanggan dalam Hubungan antara Personalisasi produk dan Loyalitas Pelanggan.....	36
2.4.	Kerangka Pikir.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.2.1.	Populasi	41
3.2.2.	Sampel Penelitian	43
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3.1.	Variabel Penelitian	44
3.3.2.	Operasional Variabel	45
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5.	Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	52
3.5.2.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	55
3.5.3.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	58
3.5.4.	Pengujian Robustness	60
3.5.5.	Pengujian Hipotesis.....	62
BAB IV ANALISIS DATA.....		65
4.1.	Profil Umum Objek Penelitian	65
4.2.	Analisis Deskripsi.....	66
4.2.1.	Distribusi Penyebaran Kuesioner	66
4.2.2.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.3.	Analisis Deskriptif Variabel.....	75
4.3.1.	Deskripsi Variabel Personalisasi Produk.....	76
4.3.2.	Deskripsi Variabel Kepercayaan Pelanggan	80
4.3.3.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	83
4.4.	Evaluasi Model Struktural.....	85
4.4.1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	86
4.4.2.	Analisis Model Struktural (Inner Model).....	95

4.4.3. Pengujian Robustness	99
4.5. Pengujian	109
4.5.1. Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	109
4.5.2. Pengujian Peran Mediasi	112
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
4.6.1. Pengaruh Personalisasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	115
4.6.2. Peran Mediasi Kepercayaan Pelanggan pada Pengaruh Personalisasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	119
4.6.3. Pengaruh Personalisasi Produk terhadap Kepercayaan Pelanggan	124
4.6.4. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	127
4.7. Hasil Analisis Kualitatif	131
4.7.1. Analisis Kualitatif Variabel Personalisasi Produk.....	131
4.7.2. Analisis Kualitatif Variabel Kepercayaan Pelanggan	132
4.7.3. Analisis Kualitatif Variabel Loyalitas Pelanggan	133
BAB V KESIMPULAN	136
5.1. Kesimpulan Penelitian.....	136
5.2. Implikasi Manajerial	138
5.3. Saran Manajerial	140
5.4. Saran Penelitian Selanjutnya.....	143
DAFTAR PUSTAKA.....	146
LAMPIRAN.....	152