

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya .....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Service-Dominant Logic</i> .....	18
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i> .....	19
2.2 Pengertian Variabel .....	20
2.2.1 <i>Innovativeness</i> .....	20
2.2.2 <i>Customer Engagement</i> .....	21
2.2.3 <i>Duration of customership</i> .....	22

2.2.4	<i>Customer Value Co-Creation Behaviors</i> .....	23
2.2.5	<i>Business Performance</i> .....	24
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	25
2.3.1	Pengaruh <i>Innovativeness</i> terhadap <i>Duration of customership</i> .....	25
2.3.2	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Duration of customership</i> .....	26
2.3.3	Pengaruh <i>Duration of customership</i> terhadap <i>Customer Value Co-Creation Behaviors</i> .....	27
2.3.4	Pengaruh <i>Innovativeness</i> terhadap <i>Customer Value Co-Creation Behaviors</i> .....	28
2.3.5	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Customer Value Co-Creation Behaviors</i> .....	29
2.3.6	Pengaruh <i>Customer Value Co-Creation Behaviors</i> terhadap <i>Business Performance</i> .....	30
2.4	Kerangka Pemikiran.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>32</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	32
3.1.1	Variabel Penelitian .....	32
3.1.2	Definisi Operasional Variabel .....	36
3.2	Populasi Dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi Penelitian .....	40
3.2.2	Sampel Penelitian.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1	Jenis Data .....	41
3.3.2	Sumber Data.....	42
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4.1	Kuesioner.....	43
3.4.2	Studi Kepustakaan .....	45
3.5	Metode Analisis.....	47
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	47
3.5.2	Uji Kualitas Data .....	48

3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.4 Analisis Kelayakan Model <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	50
3.5.5 Analisis Kelayakan <i>Full Model</i> SEM .....	52
3.5.6 Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.2 Gambaran Umum Responden .....	56
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan di Dreps Coffee Shop.....	61
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	63
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas .....	66
4.3.1 Variabel <i>Innovativeness</i> (X1).....	67
4.4 Uji Normalitas.....	73
4.5 Uji Linearitas.....	74
4.6 Analisis Data .....	75
4.6.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	75
4.6.2 Analisis Full Model Structural Equation Model (SEM) .....	80
4.7 Uji Hipotesis .....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Simpulan.....	96
5.2 Implikasi Penelitian .....	98
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	98
5.2.2 Implikasi Praktis.....	99
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	100
5.4 Saran.....	101
5.4.1 Saran Bagi Perusahaan .....	101

5.4.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research gap .....	7
Tabel 3. 1 Peneliatian Terdahulu .....	38
Tabel 3. 2 Nilai Cronbach Alpha .....	49
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan di Dreps Coffee Shop .....	61
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	63
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Tabel 4. 6 Hasil uji validitas dan reabilitas variabel Innovativeness (X1)....	67
Tabel 4. 7 Hasil uji validitas dan reabilitas variabel Customer Engagement (X2) .....	68
Tabel 4. 8 Hasil uji validitas dan reabilitas variabel Customer Participation Behaviors (Y1) .....	69
Tabel 4. 9 Hasil uji validitas dan reabilitas variabel Citizenship Behaviors (Y2) .....	70
Tabel 4. 10 Hasil uji validitas dan reabilitas variabel <i>Duration of customership</i> (M) .....	71
Tabel 4. 11 Hasil uji validitas dan reabilitas variabel Business Performance (Z) .....	72
Tabel 4. 12 Hasil uji normalitas .....	73
Tabel 4. 13 Hasil uji linearitas .....	74
Tabel 4. 14 <i>Goodness of Fit</i> Konstruk Variabel .....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Goodness Of Fit Model SEM.....	83
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis .....	86

FEB UNDIP

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikiran .....	31
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	76
Gambar 4. 2 Model Awal Sem (Tanpa Estimasi Koefisien).....	81
Gambar 4. 3 Model Sem Final (Setelah Estimasi AMOS).....	82

