

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DRAFT TESIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
SERTIFIKAT .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRAC</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Kegunaan Penelitian .....	13
1.5. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1. Telaah Pustaka .....	15
2.1.1 Landasan Teori .....	15
2.1.2 Komunitas Merek Online .....	17
2.1.3 Manfaat yang diperoleh .....	19
2.1.4 Pengalaman Merek .....	20
2.1.5 Interaksi Komunitas .....	21
2.1.6 Keterikatan Komunitas .....	23
2.1.7 Minat Memakai Ulang .....	24
2.2. Penelitian Terdahulu .....	26

2.3. Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesa.....	27
2.3.1 Manfaat yang diperoleh terhadap Keterikatan Komunitas .....	27
2.3.2 Pengalaman Merek terhadap Keterikatan Komunitas .....	29
2.3.3 Interaksi Komunitas terhadap Keterikatan Komunitas .....	30
2.3.4 Keterikatan Komunitas terhadap Minat Memakai Ulang.....	32
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
2.5. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis dan Sumber Data .....	36
3.2. Populasi dan Sampel .....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4. Definisi Oprasional Variabel .....	39
3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	43
3.6. Teknik Analisis dan Pengukuran .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Responden .....	50
4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	50
4.1.2 Karakteristik Responden Menurut Usia .....	51
4.1.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan .....	52
4.1.4 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	53
4.2. Analisis Data dan Pengujian Model.....	54
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Manfaat yang diperoleh.	54
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Pengalaman Merek.....	56
4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Interaksi Komunitas .....	58
4.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Keterikatan Komunitas..	60
4.2.5 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Minat Memakai Ulang ..	62
4.2.6 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Eksogen .....	64
4.2.7 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Endogen.....	66
4.3. Pengujian Structural Equation Modelling (SEM).....	68
4.3.1 Pengujian Full Model SEM .....	68

4.3.2 Validitas dan Reliabilitas.....	71
4.3.2.1 Convergent Validity .....	71
4.3.2.2 Construct Reliability .....	72
4.3.3 Evaluasi kriteria Goodness of Fit.....	73
4.3.3.1 Normalitas Data .....	73
4.3.3.2 Evaluasi Univariate Outlier .....	74
4.3.3.3 Evaluasi Multivariate Outlier (Mahalanobis) .....	75
4.3.3.4 Evaluasi Multikolineartias dan Singularitas .....	77
4.3.3.5 Interpretasi Modifikasi Model.....	77
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	78
4.4.1 Uji Hipotesis I.....	79
4.4.2 Uji Hipotesis II.....	79
4.4.3 Uji Hipotesis III .....	80
4.4.4 Uji Hipotesis IV .....	80
4.5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	81
4.6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	82
4.7. Pembahasan Penelitian .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN</b>	
5.1. Kesimpulan Pengujian Hipotesis Penelitian.....	89
5.1.1 Pengaruh Manfaat yang diperoleh terhadap Keterikatan Komunitas .....	89
5.1.2 Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Keterikatan Komunitas .....	89
5.1.3 Pengaruh Interaksi Komunitas terhadap Minat Memakai Ulang.....	89
5.1.4 Pengaruh Keterikatan Komunitas terhadap Minat Memakai Ulang .....	90
5.2. Kesimpulan Masalah Penelitian.....	90
5.3. Implikasi Teoritis .....	94
5.4. Implikasi Manajerial .....	96
5.5. Keterbatasan Penelitian .....	101
5.6. Penelitian yang akan datang .....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN 1 STUDI PENDAHULUAN .....	109

LAMPIRAN 2 KUESIONER.....	111
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA .....	117
LAMPIRAN 4 OUTPUT SOFTWARE AMOS .....	120
LAMPIRAN 5 FOTO.....	126
RIWAYAT HIDUP .....	127