

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Traveloka.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Traveloka	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.2.1 Fenomena Bisnis.....	3
1.2.2 <i>Research Gap</i>	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Aspek Teoritis.....	11
1.6.2 Aspek Praktis	11
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.2 Penelusuran Pustaka	13

2.2.1 <i>Service Dominant Logic</i>	13
2.2.2 <i>Consumer Culture Theory</i>	14
2.2.4 <i>Customer Engagement</i>	15
2.2.5 <i>Brand Loyalty</i>	16
2.2.6 <i>Brand Attachment</i>	16
2.2.7 <i>Customer Trust</i>	17
2.2.8 Peran Mediasi dari <i>Brand Attachment</i>	18
2.2.9 Peran Mediasi dari <i>Customer Trust</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian	25
2.3.1 <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	25
2.3.2 <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Brand Attachment</i> dan <i>Customer Trust</i>	25
2.3.3 <i>Brand Attachment</i> dan <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	26
2.3.4 <i>Brand Attachment</i> Terhadap <i>Customer Trust</i>	27
2.4 Kerangka Penelitian	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Karakteristik Penelitian	30
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	31
3.2.1 Jenis Variabel.....	32
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	33
3.2.3 Skala Pengukuran	34
3.3 Tahapan Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel	37
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1 Data Primer	39
3.5.2 Data Sekunder.....	39

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.6.3 Uji Kecocokan Model (<i>Goodness Of Fit</i>).....	42
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Teknik Analisis Data	44
3.7.2 Permodelan Persamaan Pengukuran dan Persamaan Struktural.....	45
3.7.3 Asumsi-asumsi yang diperlukan dalam LISREL.....	48
3.8 Pengujian Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	53
4.1.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.1.6 Responden Berdasarkan Media Sosial Traveloka yang Diketahui.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.2.2 Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	61
4.2.3 Uji Hipotesis	63
4.2.4 Uji Hipotesis Hubungan Langsung dan Tidak Langsung.....	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.3.1 Uji Hipotesis 1 : <i>Customer Engagement</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pelanggan Traveloka	69
4.3.2 Uji Hipotesis 2 : <i>Customer Engagement</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Brand Attachment</i> Pelanggan Traveloka	70
4.3.3 Uji Hipotesis 3 : <i>Customer Engagement</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Customer Trust</i> Pelanggan Traveloka	71

4.3.4 Uji Hipotesis 4 : <i>Brand Attachment</i> Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pelanggan Traveloka.....	71
4.3.5 Uji Hipotesis 5 : <i>Customer Trust</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pelanggan Traveloka	72
4.3.6 Uji Hipotesis 6 : <i>Brand Attachment</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Customer Trust</i> Pelanggan Traveloka	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Praktis	76
5.2.2 Saran Teoritis	78
DAFTAR PUSTAKA	79