

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pendekatan Penelitian	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Keputusan Konsumen	13
2.1.3 <i>Consumer Product Involvement</i>	14
2.1.4 Merek	16
2.1.5 <i>Brand Usage Duration</i>	17
2.1.6 <i>Consumer Brand Engagement</i>	17
2.1.7 <i>Brand Experience</i>	19
2.1.8 Kepuasan	20
2.1.9 Loyalitas	22
2.2 Hubungan Antar Variabel	24
2.2.1 Hubungan <i>Consumer Product Involvement</i> Dengan <i>Consumer Brand Engagement</i>	24
2.2.2 Hubungan <i>Brand Usage Duration</i> dengan <i>Consumer Brand Engagement</i>	25
2.2.3 Hubungan <i>Brand Engagement</i> dengan Loyalitas	25
2.2.4 Hubungan <i>Consumer Brand Experience</i> dengan Kepuasan	26
2.2.5 Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas	27
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Identifikasi Variabel.....	30
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31

3.3.1 Variabel Eksogen	31
3.3.2 Variabel Endogen.....	33
3.4. Jenis dan Sumber data.....	35
3.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	36
3.6. Populasi dan Sampel	36
3.7. Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	38
3.7.3 Evaluasi Atas Asumsi Asumsi SEM	39
3.7.3.1 Evaluasi Atas Dipenuhinya Asumsi Normalitas Data .	39
3.7.3.2 Evaluasi Atas Outliers	40
3.7.3.3 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i>	41
3.7.4 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.2 Diskripsi Identitas Responden	44
4.2.1 Jenis Kelamin	45
4.2.2 Usia	45
4.2.3 Tingkat Pendidikan Terakhir	46
4.2.4 Pekerjaan	47
4.2.5 Lama Sudah Bermain Lets Get Rich	47
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	48
4.3.1 <i>Consumer Product Involvement</i>	49
4.3.2 <i>Brand Usage Duration</i>	50
4.3.3 <i>Brand Experience</i>	51
4.3.4 <i>Consumer Brand Engagement</i>	52
4.3.5 Kepuasan	54
4.3.6 Loyalitas	54
4.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	55
4.4.1 <i>Measurement Model</i>	55
4.4.1.1 <i>Consumer Product Involvement</i>	56
4.4.1.2 <i>Brand Experience</i>	57
4.4.1.3 <i>Consumer Brand Engagement</i>	59
4.4.1.4 Kepuasan	61
4.4.1.5 Loyalitas	62
4.4.2 <i>Structural Model</i>	63
4.4.2.1 Uji Asumsi	63
4.4.2.2 Uji <i>Goodness of Fit</i> (Uji Kesesuaian Model)	65
4.4.2.3 Uji Hipotesis	67
4.5 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 <i>Goodness of fit indices</i>	42
Tabel 4.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Lama Sudah Bermain <i>Lets Get Rich</i>	48
Tabel 4.6 Kategori Mean Jawaban Responden	49
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Consumer Product Involvement</i>	49
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Usage Duration</i>	50
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Experience</i>	52
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Consumer Brand Engagement</i>	53
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan	54
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas	55
Tabel 4.13 Uji <i>Validity</i> dan <i>Reliability</i> Variabel <i>Consumer Product Involvement</i>	56
Tabel 4.14 Uji <i>Validity</i> dan <i>Reliability</i> Variabel <i>Brand Experience</i>	58
Tabel 4.15 Uji <i>Validity</i> dan <i>Reliability</i> Variabel <i>Consumer Brand Engagement</i>	60
Tabel 4.16 Uji <i>Validity</i> dan <i>Reliability</i> Variabel Kepuasan	62
Tabel 4.17 Uji <i>Validity</i> dan <i>Reliability</i> Variabel Loyalitas	63
Tabel 4.18 Uji <i>Outlier</i>	65
Tabel 4.19 Uji <i>Goodness of fit</i> Pada <i>Structural Model</i>	66
Tabel 4.20 Uji Hipotesis	67
Tabel 4.21 Dimensi Variabel <i>Brand Experience</i>	70
Tabel 4.22 Dimensi Variabel <i>Consumer Brand Engagement</i>	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tingkat <i>Download Game</i> Di beberapa Negara	1
Gambar 1.2 <i>History Ranking Lets Get Rich</i> di Indonesia	3
Gambar 2.1 Model Umum Perilaku Konsumen	12
Gambar 2.2 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 CFA Variabel <i>Consumer Product Involvement</i>	56
Gambar 4.2 CFA Variabel <i>Brand Experience</i>	57
Gambar 4.3 CFA Variabel <i>Consumer Brand Engagement</i>	59
Gambar 4.4 CFA Variabel Kepuasan	61
Gambar 4.5 CFA Variabel Loyalitas	62
Gambar 4.6 <i>Structural Model</i>	66



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1. KUESIONER
- LAMPIRAN 2. DATA PENELITIAN
- LAMPIRAN 3. HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS PRE TEST
- LAMPIRAN 4. DISTRIBUSI FREKUENSI IDENTITAS RESPONDEN
- LAMPIRAN 5. DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN
- LAMPIRAN 6. STATISTIK DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN
- LAMPIRAN 7. *CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS* (CFA)
- LAMPIRAN 8. *STRUCTURAL EQUATION MODELING* (SEM)

