

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
-------------------------------	----------

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Lingkup Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS.....	10
---	-----------

2.1. Tinjauan Literatur	10
2.1.1. Loyalitas	10
2.1.2. Program Loyalitas	10
2.1.3. Keterlibatan	12
2.1.4. Keterlibatan Produk sebagai Moderator.....	14
2.1.5. Persepsi Nilai.....	14
2.1.6. Loyalitas Program	16
2.1.7. Loyalitas Merek.....	16
2.2. Hipotesis dan Model Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN	19
--	-----------

3.1. Desain Penelitian	19
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	20
3.2.1. Populasi	20

3.2.2. Penyampelan	20
3.2.3. Waktu Penelitian	21
3.2.4. Tujuan Penelitian.....	21
3.3. Instrumen Penelitian	22
3.3.1. Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3.2. Pengujian Instrumen.....	24
3.4. Metode Analisis Data	25
3.4.1. Analisis Deskriptif.....	25
3.4.2. Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	26
3.4.3. Prosedur Analisis PLS-SEM	27
3.5. Hasil Uji Sampel Kecil	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Deskripsi Data	37
4.2. Pengumpulan dan Pengolahan Data	37
4.3. Karakteristik Responden.....	38
4.4. Spesifikasi Model Penelitian	40
4.5. Evaluasi Model Luar (Outer Model).....	41
4.5.1. Model indikator Reflektif.....	41
4.5.2. Model indikator Formatif.....	44
4.6. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.6.1. Variabel Persepsi Nilai.....	47
4.6.2. Variabel Loyalitas Program	48
4.6.3. Variabel Loyalitas Merek.....	49
4.6.4. Variabel Keterlibatan	51
4.7. Evaluasi Model Dalam (Inner Model).....	52
4.8. Uji Hipotesis	56
4.8.1. Hipotesis Pertama (H1).....	58
4.8.2. Hipotesis ke Dua (H2).....	58
4.8.3. Hipotesis ke Tiga (H3)	58
4.8.4. Hipotesis ke Empat (H4).....	59
4.8.5. Hipotesis ke Lima (H5).....	59
4.8.6. Hipotesis ke Enam (H6)	59

4.9. Uji Variabel Moderasi	60
4.10. Uji Mediasi	61
4.11. Analisis Tambahan Segmen Milenial dan Gen Z	62
4.12. Pembahasan	64
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Simpulan	71
5.2 Saran Penelitian	73
5.3. Keterbatasan	76
 DAFTAR PUSTAKA	77