

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2. Manfaat Praktis.....	12
1.6. Lingkup Penelitian.....	13
1.7. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Keterlibatan Pelanggan Dalam Komunitas Merek <i>Online</i>	15
2.2. Modal Sosial Dalam Komunitas Merek <i>Online</i>	19
2.3. Kepemilikan Psikologis Kolektif Dalam Komunitas Merek <i>Online</i>	24
2.4. Perilaku Kewarganegaraan Pelanggan Dalam Komunitas Merek <i>Online</i>	27
2.5. Dukungan Komunitas yang Dipersepsikan Dalam Komunitas Merek <i>Online</i>	31

2.6. Pengembangan Hipotesis.....	35
2.6.1. Pengaruh Modal Sosial Pada Kepemilikan Psikologis Kolektif.....	35
2.6.2. Pengaruh Kepemilikan Psikologis Kolektif Pada Perilaku Kewarganegaraan Pelanggan.....	38
2.6.3. Pengaruh Perilaku Kewarganegaraan Pelanggan Pada Keterlibatan Pelanggan.....	41
2.6.4. Pengaruh Dukungan Komunitas yang Dipersepsikan Sebagai Moderator Pengaruh Perilaku Kewarganegaraan Pelanggan Pada Keterlibatan Pelanggan..	43
2.7. Model Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1. Desain Penelitian.....	47
3.2. Objek Penelitian.....	48
3.3. Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1. Populasi.....	49
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	50
3.3.3. Ukuran Sampel.....	50
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	51
3.5. Instrumen Penelitian.....	57
3.5.1. Daerah Sebaran Kuesioner.....	58
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	59
3.7. Metode Analisis Data.....	59
3.7.1. Evaluasi Model Pengukuran.....	60
3.7.1.1. Uji Reliabilitas.....	60
3.7.1.2. Uji Validitas.....	61
3.7.2. Evaluasi Model Struktural.....	62
3.7.2.1. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-square</i>).....	62
3.7.2.2. Uji Relevansi Prediktif (<i>Q-square</i>).....	63
3.7.3. Evaluasi Kecocokan Model (<i>Model Fit</i>).....	63
3.7.4. Pengujian Hipotesis.....	64

3.7.5. Pengujian Efek Moderasi.....	66
BAB IV ANALISIS DATA.....	67
4.1. Kualitas Data Penelitian.....	67
4.1.1. Statistik Deskriptif.....	67
4.1.2. Matriks Korelasi.....	69
4.2. Profil Responden.....	71
4.3. Evaluasi Model Pengukuran.....	74
4.3.1. Uji Reliabilitas.....	74
4.3.2. Uji Validitas.....	76
4.4. Evaluasi Model Struktural.....	81
4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-square</i>).....	81
4.4.2. Uji Relevansi Prediktif (<i>Q-square</i>).....	83
4.5. Uji Kecocokan Model (<i>Model Fit</i>).....	84
4.6. Pengujian Hipotesis.....	86
4.6.1. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	91
4.6.2. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	104
4.6.3. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	108
4.6.4. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	112
4.7. Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	124
5.1. Kesimpulan.....	124
5.2. Implikasi Manajerial.....	126
5.3. Keterbatasan Riset.....	136
5.4. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	151