

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pengalaman Kognitif.....	16
2.1.2 Pengalaman Afektif.....	18

2.1.3	Keinovatifan Konsumen.....	20
2.1.4	Persepsi Terhadap Harga.....	22
2.1.5	Loyalitas .....	23
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
2.3	Perumusan Hipotesis .....	29
2.3.1	Pengaruh Pengalaman Kognitif Kepada Loyalitas .....	29
2.3.2	Pengaruh Pengalaman Afektif Kepada Loyalitas .....	31
2.3.3	Pengaruh Keinovatifan Konsumen Kepada Loyalitas .....	32
2.3.4	Persepsi terhadap Harga sebagai Moderasi Antara Variabel Bebas dan Pengaruhnya Kepada Variabel Terikat .....	33
2.4	Model Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Desain Penelitian .....	36
3.2	Metode Pengumpulan Data dan Sampel .....	36
3.3	Instrumen Penelitian.....	38
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	39
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian.....	43
3.5.1	Uji Validitas .....	43
3.5.2	Uji Reliabilitas (Cronbach $\alpha$ ).....	44
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	44

3.6	Metode Analisis Data .....	46
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	46
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
3.6.3	Model Persamaan Analisis Regresi Moderasi ( <i>Moderated Regression Analysis</i> atau MRA) .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Profil Responden .....	50
4.1.1	Umur Responden.....	50
4.1.2	Jenis Kelamin .....	51
4.1.3	Tingkat Pendidikan Terakhir.....	52
4.1.4	Pekerjaan .....	53
4.1.5	Pengeluaran per Bulan .....	53
4.1.6	Frekuensi Menonton Layanan Netflix .....	54
4.2	Uji Keabsahan Data .....	55
4.2.1	Uji Validitas .....	55
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	57
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	62
4.4	Analisis Regresi.....	66
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	66

4.4.2	Analisis Regresi Moderasi .....	68
4.5	Pengujian Hipotesis .....	74
4.5.1	Uji Simultan MRA .....	74
4.5.2	Uji t .....	77
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.6.1	Pengaruh Pengalaman Kognitif Kepada Loyalitas .....	81
4.6.2	Pengaruh Pengalaman Afektif Kepada Loyalitas .....	81
4.6.3	Pengaruh Keinovatifan Konsumen Kepada Loyalitas .....	82
4.6.4	Persepsi terhadap Harga sebagai Moderasi Antara Variabel Bebas dan Pengaruhnya Kepada Variabel Terikat .....	83
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>85</b>
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Implikasi Hasil Penelitian .....	86
5.2.1	Implikasi Manajerial .....	86
5.2.2	Implikasi Untuk Penelitian Selanjutnya.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>91</b>
<b>LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN.....</b>		<b>99</b>
<b>LAMPIRAN 2. HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS .....</b>		<b>103</b>
	Validitas .....	103
	Reliabilitas .....	107
	Deskriptif .....	110

Regresi.....	111
Normalitas .....	118
Heterokesdastisitas .....	118
Multikolinieritas.....	119
<b>LAMPIRAN 3. HASIL KUESIONER STATISTIK DESKRIPTIF .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN 4. HASIL KUESIONER VARIABEL BEBAS, TERIKAT, DAN MODERASI.....</b>	<b>122</b>