

ABSTRAK	3
BAB I	5
Latar Belakang	5
Rumusan Masalah	10
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	10
Kerangka Teori	10
Personalized marketing	10
Brand loyalty	14
Kerangka Konsep	17
Operasionalisasi Konsep	20
Definisi Operasional	22
Hipotesis	24
Metodologi	24
BAB II	30
Machine Learning	30
Personalized Marketing dan Pendekatan Machine Learning	32
Brand Loyalty dalam Sektor Jasa	39
BAB III	42
Spotify dan Discover Weekly	42
Profil Responden	44
BAB IV	47
Pilot Test	47
Temuan	48
Profil Responden	48
Analisis Mean	57
Besaran Kekuatan Pengaruh Variabel Personalized Marketing terhadap pembentukan Brand Loyalty pengguna Spotify	66
Besaran Nilai Pengaruh Variabel Personalized Marketing terhadap pembentukan Brand Loyalty pengguna Spotify	74
Analisis Crosstab	77
Pembahasan	99
BAB V	105
Kesimpulan	105
DAFTAR PUSTAKA	108