

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Lingkup Penelitian	9
1.5.1. Model Lingkup Penelitian	9
1.5.2. Objek Penelitian.....	9
1.5.3. Lokasi Penelitian.....	9
1.5.4. Waktu Penelitian.....	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Komunitas Merek	12
2.1.2. Identitas Sosial.....	14
2.1.3. Persepsi Nilai	16
2.1.4. Loyalitas Konsumen	19
2.2. Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1. Pengaruh Persepsi Nilai Tujuan terhadap Identifikasi Mikroblog.....	20

2.2.2. Pengaruh Persepsi Nilai Sosial terhadap Identifikasi Mikroblog	21
2.2.3. Pengaruh Persepsi Nilai Hiburan terhadap Identifikasi Mikroblog	22
2.2.4. Pengaruh Identifikasi Mikroblog terhadap Persepsi Kualitas Hubungan	23
2.2.5. Pengaruh Persepsi Kualitas Hubungan terhadap Loyalitas Konsumen	24
2.3. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian	28
3.2. Metode Pengumpulan Data	28
3.3. Desain Pengambilan Sampel	29
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel	29
3.3.2. Ukuran Sampel	30
3.4. Skala Pengukuran	31
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran	31
3.5.1. Nilai Tujuan	31
3.5.2. Nilai Sosial	32
3.5.3. Nilai Hiburan	33
3.5.4. Identifikasi Mikroblog	33
3.5.5. Persepsi Kualitas Hubungan	34
3.5.6. Loyalitas Konsumen	35
3.6. Lokasi Penelitian	36
3.7. Objek Penelitian	36
3.8. Instrumen Penelitian	38
3.9. Pengujian Instrumen	39
3.9.1. Uji Validitas	39
3.9.2. Uji Reliabilitas	40
3.10. Analisis Data	41
3.10.1. Metode Analisis Data	41
3.10.2. Uji Multikolinieritas	41
3.10.3. Pengembangan Formulasi Dasar	42
3.10.4. Uji <i>Goodness of Fit</i>	44
3.10.5. Tingkat Signifikansi	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	47
4.1. Deskriptif Responden	47
4.1.1. Jenis Kelamin.....	48
4.1.2. Usia	48
4.1.3. Pekerjaan.....	49
4.1.4. Akun yang diikuti	50
4.1.5. Lama mengikuti akun	50
4.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
4.2.1. Uji Validitas.....	51
4.2.2. Uji Reliabilitas	54
4.3. Statistik Deskriptif.....	55
4.4. Uji Multikolinieritas	59
4.5. Uji Regresi.....	60
4.5.1. Hasil Regresi Variabel Nilai Tujuan, Nilai Sosial, dan Nilai Hiburan terhadap Identifikasi Mikroblog	61
4.5.2. Hasil Regresi Variabel Identifikasi Mikroblog terhadap Persepsi Kualitas Hubungan	63
4.5.3. Hasil Regresi Variabel Persepsi Kualitas Hubungan terhadap Loyalitas Konsumen.....	64
4.6. Pembahasan Hipotesis	65
4.6.1. Hipotesis Pertama	65
4.6.2. Hipotesis Kedua.....	66
4.6.3. Hipotesis Ketiga.....	67
4.6.4. Hipotesis Keempat.....	68
4.6.5. Hipotesis Kelima.....	69
BAB V SIMPULAN	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Implikasi Manajerial.....	72
5.3. Keterbatasan Penelitian	75
5.4. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82