

## DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fenomena Bisnis .....	3
1.3 Reasearch Gap.....	7
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 SOR Model (Stimulus–Organism–Response) .....	18
2.2 Pengembangan Variabel.....	19
2.2.1 Gamifikasi (Gamification).....	19
2.2.2 Desain Aplikasi Seluler (Design mobile app) .....	21
2.2.3 Rekomendasi yang Dipersonalisasi (Personalized Recommendations) .....	24
2.2.4 Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement) .....	27
2.2.5 Kesetiaan Merek (Brand Loyalty).....	30
2.3 Hubungan Antar Variable .....	33
2.3.1 Hubungan Gamification terhadap Brand Loyalty .....	33
2.3.2 Hubungan Mobile Design App terhadap Brand Loyalty.....	34
2.3.3 Hubungan Personalized Recommendations terhadap Brand Loyalty .....	35
2.3.4 Hubungan Gamification terhadap Customer Engagement .....	36
2.3.5 Hubungan Mobile Design App terhadap Customer Engagement .	38
2.3.6 Hubungan Personalize Recommendations terhadap Customer Engagement .....	39

2.3.7 Hubungan Customer Engagement terhadap Brand Loyalty .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	44
3.1.1 Definisi Operasional .....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	48
3.2.1 Populasi .....	48
3.2.2 Sampel .....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.3.1 Jenis Data .....	49
3.3.2 Sumber Data .....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.4.1 Kuesioner .....	50
3.5 Metode Analisis Data .....	51
3.5.1 Mengkonstruksi Path Diagram untuk Hubungan Kausal .....	53
3.5.2 Memilih Matrik Input Dan Estimasi Model .....	54
3.5.3 Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural .....	55
3.5.4 Evaluasi Kecocokan Model Berdasarkan Kriteria Goodness-of-Fit .....	55
3.5.5 Pengembangan Model Berbasis Teoritis .....	59
3.5.6 Interpretasi dan Modifikasi Model .....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Deskripsi Penelitian .....	61
4.1.1 Deskripsi Umum Objek penelitian .....	61
4.1.2 Deskripsi Umum Responden .....	62
4.2 Analisis SEM .....	66
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	66
4.2.2 Uji Model Struktural .....	79
4.2.3 Pengujian Hipotesis .....	86
4.2.4 Analisis Direct, Indirect, dan Total Effect .....	89
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian .....	93
4.3.1 Pengaruh Gamification terhadap Brand Loyalty .....	93
4.3.2 Pengaruh Mobile Design App terhadap Brand Loyalty .....	94
4.3.3 Pengaruh Personalized Recommendations terhadap Brand Loyalty .....	94
4.3.4 Pengaruh Gamification terhadap Customer Engagement .....	95

4.3.5 Pengaruh Mobile Design App terhadap Customer Engagement...	96
4.3.6 Pengaruh Personalize Recommendations terhadap Customer Engagement .....	97
4.3.7 Pengaruh Customer Engagement terhadap Brand Loyalty .....	98
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Ringkasan Penelitian .....	98
5.2 Kesimpulan Hipotesis .....	99
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	101
5.4 Implikasi Teoritis .....	105
5.5 Implikasi Manajerial .....	108
5.6 Keterbatasan Penelitian .....	110
5.7 Rekomendasi Penelitian Mendatang .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	113
LAMPIRAN.....	122

