DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN DRAFT TESIS ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
SERTIFIKAT v
ABSTRAK vi
ABSTRAC vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 12
1.3. Tujuan Penelitian 13
1.4. Kegunaan Penelitian 13
1.5. Sistematika Penulisan 14
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL
2.1. Telaah Pustaka 15
2.1.1 Landasan Teori 15
2.1.2 Komunitas Merek Online 17
2.1.3 Manfaat yang diperoleh 19
2.1.4 Pengalaman Merek 20
2.1.5 Interaksi Komunitas 21
2.1.6 Keterikatan Komunitas 23
2.1.7 Minat Memakai Ulang 24
2.2. Penelitian Terdahulu 26

2.3. Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesa 27
2.3.1 Manfaat yang diperoleh terhadap Keterikatan Komunitas 27
2.3.2 Pengalaman Merek terhadap Keterikatan Komunitas 29
2.3.3 Interaksi Komunitas terhadap Keterikatan Komunitas 30
2.3.4 Keterikatan Komunitas terhadap Minat Memakai Ulang 32
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis 34
2.5. Hipotesis 35
BAB III METODE PENELITIAN
3.1. Jenis dan Sumber Data 36
3.2. Populasi dan Sampel 37
3.3. Teknik Pengumpulan Data 38
3.4. Definisi Oprasional Variabel 39
3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabitas 43
3.6. Teknik Analisis dan Pengukuran 44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1. Gambaran Umum Responden 50
4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin 50
4.1.2 Karakteristik Responden Menurut Usia 51
4.1.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan 52
4.1.4 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan 53
4.2. Analisis Data dan Pengujian Model 54
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Manfaat yang diperoleh . 54
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Pengalaman Merek 56
4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Interaksi Komunitas 58
4.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Keterikatan Komunitas .. 60
4.2.5 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Minat Memakai Ulang .. 62
4.2.6 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Eksogen 64
4.2.7 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel Endogen 66
4.3. Pengujian Structural Equation Modelling (SEM) 68
4.3.1 Pengujian Full Model SEM 68

4.3.2 Validitas dan Reliabilitas 71
4.3.2.1 Convergent Validity 71
4.3.2.2 Construct Reliability 72
4.3.3 Evaluasi kriteria Goodness of Fit 73
4.3.3.1 Normalitas Data 73
4.3.3.2 Evaluasi Univariate Outlier 74
4.3.3.3 Evaluasi Multivariate Outlier (Mahalanobis) 75
4.3.3.4 Evaluasi Multikolineartias dan Singularitas 77
4.3.3.5 Interpretasi Modifikasi Model 77
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian 78
4.4.1 Uji Hipotesis I 79
4.4.2 Uji Hipotesis II 79
4.4.3 Uji Hipotesis III 80
4.4.4 Uji Hipotesis IV 80
4.5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis 81
4.6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 82
4.7. Pembahasan Penelitian 84
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN
5.1. Kesimpulan Pengujian Hipotesis Penelitian 89
5.1.1 Pengaruh Manfaat yang diperoleh terhadap Keterikatan Komunitas 89
5.1.2 Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Keterikatan Komunitas 89
5.1.3 Pengaruh Interaksi Komunitas terhadap Minat Memakai Ulang 89
5.1.4 Pengaruh Keterikatan Komunitas terhadap Minat Memakai Ulang 90
5.2. Kesimpulan Masalah Penelitian 90
5.3. Implikasi Teoritis 94
5.4. Implikasi Manajerial 96
5.5. Keterbatasan Penelitian 101
5.6. Penelitian yang akan datang 102
DAFTAR PUSTAKA 103
LAMPIRAN 1 STUDI PENDAHULUAN 109

LAMPIRAN 2 KUESIONER 111
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA 117
LAMPIRAN 4 OUTPUT SOFTWARE AMOS 120
LAMPIRAN 5 FOTO 126
RIWAYAT HIDUP 127

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP