

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian:	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Timbal Balik (Reciprocity)	15
2.1.2 Sociability	16
2.1.3 Daya Tanggap (Responsiveness)	18
2.1.4 Personalisasi	19
2.1.5 Persepsi Kontrol	21
2.1.6 Nilai Utilitarian	21

2.1.7 Reputasi Kognitif	22
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Pengaruh Reciprocity terhadap Nilai Utilitarian	26
2.2.2 Pengaruh Sociability terhadap Nilai Utilitarian	27
2.2.3 Pengaruh Personalisasi terhadap Nilai Utilitarian	28
2.2.4 Pengaruh Responsiveness terhadap Nilai Utilitarian	29
2.2.5 Pengaruh Persepsi Kontrol terhadap Nilai Utilitarian	30
2.2.6 Pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Reputasi Kognitif	30
2.3 Penelitian Terdahulu	31
2.4 Kerangka Pemikiran	36
2.5 Hipotesis	37
BAB III	38
METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.1 Populasi Penelitian	46
3.2.2 Sampel Penelitian	47
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel	47
3.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis Data	49
3.5.1 Analisis Structuran Equation Model (SEM)	49
BAB IV	60
PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum Responden	60
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Profil Identitas	61

4.2 Hasil Analisis.....	64
4.2.1 Confirmatory Factor Analysis	64
4.2.2 Full Model SEM.....	81
4.2.2.1 Asumsi SEM.....	81
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	95
4.3 Pembahasan	99
4.3.1 Reciprocity Terhadap Nilai Utilitarian	100
4.3.2 Sociability Terhadap Nilai Utilitarian.....	100
4.3.3 Personalisasi Terhadap Nilai Utilitarian	101
4.3.4 Responsiveness Terhadap Nilai Utilitarian.....	101
4.3.5 Persepsi Kontrol Terhadap Nilai Utilitarian.....	102
4.3.6 Nilai Utilitarian Terhadap Reputasi Kognitif.....	102
BAB V	104
PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Implikasi Teori	105
5.3 Implikasi Manajerial	108
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	108
5.5 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	119

FEB UNDIP