

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	II
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
MOTTO	VII
KATA PENGANTAR	VIII
ABSTRAK	XI
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
1. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merk)	10
2. <i>Website Quality</i> (Kualitas Website)	13
3. <i>Customer Engagement Behavior</i> (Perilaku Keterlibatan Pelanggan). 17	
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hubungan Antar Variabel.....	24
1. Hubungan <i>website quality</i> dengan <i>brand loyalty</i>	24
2. Hubungan <i>website quality</i> dengan <i>customer engagement behavior</i> ...	24
3. Hubungan <i>customer engagement behavior</i> dengan <i>brand loyalty</i>	26
D. Kerangka Berpikir.....	26

E.	Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
A.	Rancangan Penelitian.....	28
B.	Objek & Waktu Penelitian.....	29
1.	Objek penelitian	29
2.	Waktu Penelitian.....	29
C.	Populasi Penelitian.....	29
D.	Sampel dan Teknik Sampling.....	30
1.	Sampel	30
2.	Teknik Sampling.....	31
E.	Jenis Data	31
F.	Prosedur Pengambilan Data.....	32
G.	Klasifikasi Variabel Penelitian	32
1.	<i>Website Quality</i> sebagai Variabel Independen/ Bebas	33
2.	<i>Brand Loyalty</i> sebagai Variabel Dependen/ Terikat.....	33
3.	<i>Customer Engagement Behavior</i> sebagai Variabel Mediasi.....	33
H.	Operasionalisasi Variabel	33
I.	Skala Pengukuran Variabel.....	35
J.	Tehnik Analisis Data	36
1.	Analisis Deskriptif	38
2.	Analisis Kuantitatif	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
A.	Tingkat Pengembalian Kuesioner	46
B.	Analisis Deskriptif Hasil Penelitian.....	46
1.	Analisis Deskriptif responden.....	46
2.	Analisis Deskriptif variabel	49
C.	Hasil Analisis Kuantitatif.....	53
1.	Hasil <i>Inner Model</i>	53
D.	Hasil Uji Hipotesis.....	55
1.	Hipotesis Langsung.....	56
2.	Hipotesis Tidak Langsung	58

E.	Pembahasan	59
1.	Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	59
2.	Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Customer Engagement Behavior</i> 60	
3.	Pengaruh <i>Customer Engagement Behavior</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	62
4.	Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> yang dimediasi <i>Customer Engagement Behavior</i>	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		66
A.	Kesimpulan	66
B.	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Internet APJII 2024	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	29
Tabel 3.2 Definisi operasional variabel dan Indikator	34
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Variabel	35
Tabel 3.4 Kategorisasi Variabel	36
Tabel 3.5 <i>Outer Loading</i>	41
Tabel 3.6 <i>Discriminan Validity</i>	42
Tabel 3.7 <i>Average Variance Extracted</i>	43
Tabel 3.8 <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 3.9 <i>Cronbach's Alpha</i>	45
Tabel 4.1 Daftar Responden	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.6 Kategori Variabel	49
Tabel 4.7 Penilaian <i>Website Quality</i>	51
Tabel 4.8 Penilaian <i>Customer Engagement Behavior</i>	52
Tabel 4.9 Penilaian <i>Brand Loyalty</i>	53
Tabel 4.10 <i>R-Square</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis Langsung	56
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 3.1 Hasil Uji <i>PLS Algorithm</i>	40
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	56