

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Akademis (Pengembangan Keilmuan) .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis (Institusi/Perusahaan/Lembaga) .....	12
1.4.3 Manfaat Sosial (Masyarakat/Konsumen) .....	13
1.4.4 Manfaat Metodologis (Peneliti Berikutnya) .....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	14
2.1 Landasan Teoritis .....	14
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	14

2.1.2	<i>Stimulus-Organism-Respons (S-O-R THEORY)</i> .....	15
2.1.3	<i>Relationship Marketing</i> .....	16
2.1.4	<i>Gamification</i> .....	17
2.1.5	<i>Customer Engagement</i> .....	24
2.1.6	<i>Brand Loyalty</i> .....	31
2.2	Landasan Empiris.....	37
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	59
2.3.1	Hubungan <i>Gamification</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	59
2.3.2	Hubungan <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	60
2.3.4	Hubungan <i>Gamification</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	61
2.3.5	Hubungan <i>Gamification</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Engagement</i> .....	63
2.4	Kerangka Pemikiran.....	64
2.5	Hipotesis.....	66
2.6	Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	69
2.6.1	Definisi Konsep .....	69
2.6.2	Definisi Operasional .....	70
BAB III METODE PENELITIAN.....		81
3.1	Tipe Penelitian .....	81
3.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	81
3.3	Lokasi Penelitian.....	82
3.4	Populasi dan Sampel .....	83
3.4.1	Populasi.....	83
3.4.2	Sampel.....	84
3.5	Teknik Sampling.....	86

3.6	Sumber Data.....	87
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	87
3.8	Skala Pengumpulan Data .....	88
3.9	Skala Pengukuran Data .....	88
3.10	Uji Instrumen Data.....	89
3.11	Teknik Analisis Data.....	90
3.12	Uji Hipotesis.....	93
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....		94
4.1	Sejarah Perusahaan.....	94
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	97
4.3	Bidang Usaha Perusahaan.....	99
4.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	101
4.5	Jenis-Jenis <i>Games</i> Pada <i>Shopee Games</i> .....	101
BAB V HASIL PENELITIAN.....		105
5.1	Profil Responden.....	105
5.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	105
5.1.2	Berdasarkan Usia .....	106
5.1.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	107
5.1.4	Berdasarkan Domisili.....	107
5.2	Hasil Uji Instrumen Data .....	108
5.3	Hasil Statistik Deskriptif per Variabel .....	111
5.3.1	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Gamification (X)</i> .....	111
5.3.2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Engagement</i> .....	122
5.3.3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	131
5.4	Hasil Statistik Inferensial .....	137

5.4.1	Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran) .....	138
5.4.2	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	142
BAB VI PEMBAHASAN .....		152
6.1	Kontribusi Teoritis .....	152
6.2	Kontribusi Empiris .....	156
6.3	Kontribusi Manajerial .....	158
6.4	Keterbatasan Penelitian.....	165
BAB VII PENUTUP .....		167
7.1	Kesimpulan.....	167
7.2	Saran .....	167
LAMPIRAN .....		176