

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 <i>Customer Engagement</i>	7
2.1.2 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.3 Pengaruh Customer Engagement terhadap Loyalitas Pelanggan	14
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kerangka Pemikiran	16
2.3 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Metode dan Desain Penelitian	21
3.2.1 Metode Penelitian	21
3.2.2 Desain Penelitian	22
3.3 Operasionalisasi Variabel	22
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	27
3.5.1 Populasi.....	27
3.5.2 Sampel	28
3.5.3 Teknik Sampling.....	28

Puspita Aprilia, 2018

**PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.6.1	Uji validitas.....	29
3.6.2	Uji Reliabilitas	32
3.7	Rancangan Analisis Data.....	33
3.7.1	Teknik Analisis Data Deskriptif	33
3.7.2	Teknik Analisis Data Verifikatif	35
3.8	Pengujian Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Profil Yamaha Indonesia Motor Manufacturing	39
4.1.2	Deskripsi Umum Karakteristik Responden	46
4.1.3	Deskripsi <i>Customer Engagemnet</i>	50
4.1.4	Deskripsi Loyalitas Pelanggan	59
4.1.5	Analisis Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	67
4.2	Pembahasan	72
4.3	Keterbatasan Penelitian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79

Puspita Aprilia, 2018

**PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Customer Engagement Yang di Lakukan Yamaha di Media Sosial.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	22
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data	26
Tabel 3. 3 Teknik dan Pengumpulan Data	26
Tabel 3. 4 Traffic Komunikasi Yang Terjadi Di Akun Media Sosial Yamaha	27
Tabel 3. 5. Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X.....	30
Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	31
Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas pada Variabel X (Customer Engagement) dan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	33
Tabel 3. 8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	36
Tabel 4.1 Daftar Type Motor Yamaha	40
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Penghasilan Perbulan	49
Tabel 4.6 Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Customer Engagement.....	56
Tabel 4.7 Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Loyalitas Pelanggan	65
Tabel 4.8 Output Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.9 Output Uji Korelasi	68
Tabel 4.10 Interpretasi Koefisien Korelasi	69
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Regresi Sederhana.....	69
Tabel 4.12 Output Uji Analisi Regresi Sederhana	70
Tabel 4.13 Output uji hipotesis	72

Puspita Aprilia, 2018

**PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Media Sosial Yang Sering Dikunjungi	1
Gambar 1. 2 Negara Dengan Tingkat Time Spent On The Internet Di Dunia.....	2
Gambar 1. 3 Distribusi Penjualan Pabrik Sepeda Motor tahun 2016	3
Gambar 1. 4 Data Penjualan Sepeda Motor Per Merek.....	3
Gambar 1. 5 Minat Untuk Melanjutkan Relasi Yang Berkelanjutan Dengan Sepeda Motor Merek Yamaha	4
Gambar 2. 1 Piramida Loyalitas Pelanggan	13
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	19
Gambar 2. 3 Paradigma Penelitian.....	20
Gambar 3. 1 Contoh Garis Kontinum	34
Gambar 4. 1 Logo Yamaha Indonesia.....	39
Gambar 4. 2 Profil Instagram Yamahaindonesia	44
Gambar 4. 3 Komunikasi Antara Perusahaan Dan Pelanggan	45
Gambar 4. 4 Komunikasi Yang Terjalin Antar pelanggan	45
Gambar 4. 5 Customer Engagement berdasarkan tingkat ketertarikan	50
Gambar 4. 6 Customer Engagement berdasarkan tingkat Ekspektasi	51
Gambar 4. 7 Customer Engagement berdasarkan tingkat persepsi	52
Gambar 4. 8 Customer Engagement berdasarkan tingkat keantusiasan	52
Gambar 4.9 Customer Engagement berdasarkan keinginan untuk membeli	53
Gambar 4.10 Customer Engagement berdasarkan Tingkat kebanggan.....	54
Gambar 4.11 Customer Engagement sikap tak acuh.....	54
Gambar 4.12 Customer Engagement berdasarkan keterbukaan	55
Gambar 4.13 Hasil Kontinum Customer Engagement	59
Gambar 4.14 Loyalitas Pelanggan berdasarkan Kecenderungan pembelian	60
Gambar 4.15 Loyalitas Pelanggan berdasarkan kecenderungan pembelian	61
Gambar 4.16 Loyalitas Pelanggan berdasarkan Pembelian produk antar lini	62
Gambar 4.17 Loyalitas pelanggan berdasar pembelian produk antar lini	62
Gambar 4.18 Loyalitas Pelanggan berdasarkan rekomendasi	63
Gambar 4.19 Loyalitas Pelanggan berdsarkan Menolak Tawaran Perusahaan Lain	64

Puspita Aprilia, 2018

PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 4.20 Loyalitas Pelanggan berdsarkan Menolak Tawaran Perusahaan Lain	64
Gambar 4.21 Hasil Tahapan Loyalitas Pelanggan	66

Puspita Aprilia, 2018

***PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu