

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>Market Performance</i> (Kinerja Pasar) .....	8
2.1.2 <i>Emotional Value Co-Creation</i> (Nilai Emosional Penciptaan Bersaama) .....	9
2.1.3 <i>Individual Interaction Capability</i> (Kemampuan Interaksi Individu) 10	
2.1.4 <i>Developmental Interaction Capability</i> (Kemampuan Interaksi Perkembangan) .....	11
2.2 Variabel – Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesi.....	12
2.2.1 <i>Individual Interaction Capability</i> (Kemampuan Interaksi Individu) berpengaruh terhadap <i>Market Performance</i> (Kinerja Pasar) .....	12

2.2.2	<i>Developmental interaction capability</i> (Kemampuan Interaksi Perkembangan) berpengaruh terhadap <i>Market Performance</i> (Kinerja Pasar)	12
2.2.3	<i>Individual Interaction Capability</i> (Kemampuan Interaksi Individu) berpengaruh terhadap <i>Emotional Value Co-Creation</i> (Nilai Emosional Penciptaan Bersama)	13
2.2.4	<i>Developmental Interaction Capability</i> (Kemampuan Interaksi Perkembangan) berpengaruh terhadap <i>Emotional Value Co-Creation</i> (Nilai Emosional Penciptaan Bersama)	14
2.2.5	<i>Emotional Value Co-Creation</i> (Nilai Emosional Penciptaan Bersama) berpengaruh terhadap <i>Market Performance</i> (Kinerja Pasar)	14
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	15
BAB III METODE PENELITIAN		16
3.1	Jenis Penelitian	16
3.2	Populasi dan Sampel	16
3.2.1	Populasi	16
3.2.2	Sampel	16
3.3	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	17
3.3.1	Data Primer	17
3.3.2	Data Sekunder	17
3.4	Definsi Operasional Variabel	18
3.5	Metode Analisis Kuantitatif	20
3.5.1	Uji Instrumen	20
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	21
3.5.3	Uji Analisis Data	23
3.5.4	Uji Hipotesis	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		26
4.1	Identifikasi Responden	26
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	28
4.2.1	Deskripsi Variabel <i>Market Performance</i>	29
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Emotional Value Co-Creation</i>	30
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Individual Interaction Capability</i>	32

4.2.4	Deskripsi Variabel <i>Developmental Interaction Capability</i> .....	33
4.3	Analisis Kuantitatif dan Pembahasan.....	34
4.3.1	Uji Instrumen .....	34
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3.3	Uji Analisis Data.....	40
4.3.4	Uji Hipotesis.....	43
BAB V PENUTUP.....		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Implikasi Manajerial.....	54
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	55
5.4	Saran .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....		57
LAMPIRAN.....		60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	15
Gambar 4.1 Gambar Normal <i>Probability Plot</i> .....	37
Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i> .....	39
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Sobel Test</i> 1 melalui kalkulator Online.....	47
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Sobel Test</i> 2 melalui kalkulator Online.....	48



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	18
Tabel 4.1 Identifikasi Variabel.....	26
Tabel 4.2 Nilai Indeks Responden Variabel <i>Market Performance</i> .....	29
Tabel 4.3 Nilai Indeks Responden Variabel <i>Emotional Value Co - Creation</i> .....	31
Tabel 4.4 Nilai Indeks Responden Variabel <i>Individual Interaction Capability</i> ...	32
Tabel 4.5 Nilai Indeks Responden Variabel <i>Developmental Interaction Capability</i> .....	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	38
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefesien Determinasi .....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik t.....	44

