

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Repurchase Intention.....	9
2.1.2 Customer Brand Engagement.....	10
2.1.3 Entertainment.....	11
2.1.4 Interaction.....	12
2.1.5 Trendiness.....	13
2.1.6 Customization.....	14
2.1.7 E-WOM.....	16

2.2 Hubungan Antar Variabel .....	17
2.2.1 Hubungan Entertainment dengan Customer Brand Engagement.....	17
2.2.2 Hubungan Interaction dengan Customer Brand Engagement .	18
2.2.3 Hubungan Trendiness dengan Customer Brand Engagement	
2.2.4 Hubungan Customization dengan Customer Brand Engagement	
.....	20
2.2.5 Hubungan E-WOM dengan Customer Brand Engagement .....	21
2.2.6 Hubungan E-WOM dengan Repurchase Intention .....	21
.....	21
2.2.7 Hubungan Customer Brand Engagement dengan Repurchase Intention .....	23
2.3 Model Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	26
3.2.1 Populasi .....	26
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4 Variabel dan Indikator.....	29
3.5 Teknik Analisis .....	30
3.5.1 Uji Validitas.....	31
3.5.2 Uji Reliabilitas / Instrumen.....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.4 Uji Hipotesis .....	33
3.5.5 Uji Sobel Test .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Deskripsi Penelitian.....	38
4.1.1. Gambaran Umum Responden.....	38

4.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel .....	40
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Repurchase Intention.....	41
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Customer Brand Engagement .....	42
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Entertainment .....	43
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Interaction .....	44
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Trendiness .....	45
4.2.6 Tanggapan Responden Mengenai Customization .....	46
4.2.7 Tanggapan Responden Mengenai E-WOM.....	47
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	48
4.3.1. Uji Validitas .....	48
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	49
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	49
4.4.1 Uji Normalitas .....	49
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	52
4.5.1 Analisis Regresi .....	52
4.5.2 Hasil Uji F .....	54
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	56
4.5.4 Hasil Uji T .....	57
4.6 Hasil Uji Sobel Test .....	59
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	74
5.4. Agenda Penelitian Mendatang .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik .....	24
Gambar 4.1 Pengujian Normalitas dengan Grafik Scatterplot.....	50
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot.....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Engagement Rate .....	5
Tabel 3. 1. Variabel dan Indikator .....	29
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Repurchase Intention .....	41
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Customer Brand Engagement.....	42
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Entertainment .....	43
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Interaction.....	44
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Trendiness</i> .....	45
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai <i>Customization</i> .....	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai E-WOM .....	47
Tabel 4.11 Uji Validitas Indikator Variabel.....	48
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel.....	49
Tabel 4.13 Uji Multikolonieritas Persamaan II.....	51
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 15. Hasil Uji Pengaruh Simultan.....	55
Tabel 4. 16. Hasil Koefisien Determinasi.....	56