

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
RIWAYAT HIDUP PENELITI	iii
MOTO HIDUP PENELITI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Ruang lingkup dan Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	11

F. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Akademis.....	12
2. Manfaat Praktis	13
G. Jadwal Penelitian	13
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep dan Teori.....	19
1. Manajemen	19
2. Manajemen Pemasaran	22
3. <i>Service Dominat Logic</i>	24
4. Personalisasi Layanan Digital.....	28
5. Gamifikasi layanan loyalitas	31
6. Loyalitas Konsumen.....	34
B. Kajian Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berpikir.....	44
D. Hipotesis	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Pendekatan Penelitian	48
B. Jenis dan Sumber Data.....	49
1. Jenis data	49
2. Sumber data	50

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
1. Populasi.....	51
2. Sampel.....	52
D. Operasional Variabel Penelitian.....	53
1. Variabel Independen (X)	53
2. Variabel Dependen (Y)	54
E. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	57
F. Teknik Pengumpulan Data	58
1. Kuesioner (Angket).....	59
2. Studi Pustaka (<i>Library Research</i>)	59
3. Dokumentasi.....	60
G. Teknik Analisis Data	60
1. Analisis statistik deskriptif.....	61
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	61
3. Uji Asumsi Klasik	65
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
5. Uji Hipotesis	68
6. Koefisien Determinasi.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	71
B. Analisis Data	78
1. Statistik Deskriptif	78
2. Karakteristik Responden Penelitian	79
3. Deskriptif Tanggapan Responden	88
4. Uji Instrumen Data Penelitian	99
5. Uji Asumsi Klasik	106
6. Analisis Regresi Linear Berganda	110
7. Uji Hipotesis	112
8. Koefisien Determinasi	118
C. Pembahasan Hasil Penelitian	119
1. Pengaruh Personalisasi Layanan Digital (X1) terhadap Loyalitas Pengguna Alfagift (Y) di Kota Bandung	119
2. Pengaruh Gamifikasi Program Loyalitas (X2) terhadap Loyalitas Pengguna Alfagift (Y) di Kota Bandung	123
3. Pengaruh Personalisasi Layanan Digital (X1) dan Gamifikasi Program Loyalitas (X2) terhadap Loyalitas Pengguna Alfagift (Y) di Kota Bandung	126

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	130
B. Keterbatasan Penelitian.....	131
C. Saran.....	132
1. Bagi Manajemen Perusahaan	132
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	133
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN	140

