

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSERTUJUAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
2.2 Latar Belakang.....	3
2.3 Perumusan Masalah	19
2.4 Tujuan Penelitian.....	19
2.5 Manfaat Penelitian	20
2.6 Sistematika Penulisan	21
BAB II.....	23
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	23

2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian	23
2.1.1	Perilaku konsumen	23
2.1.2	<i>Innovation</i>	25
2.1.3	<i>Menu Innovation</i>	28
2.1.4	<i>Packaging Innovation</i>	32
2.1.5	<i>Brand Experience</i>	35
2.1.6	<i>Customer Engagement</i>	39
2.1.7	<i>Brand Evangelism</i>	45
2.2	Hubungan Antara Variabel.....	48
2.2.1	Hubungan Antara Menu Innovation dan Customer Engagement	48
2.2.2	Hubungan Antara Packaging Innovation dan Customer Engagement .	49
2.2.3	Hubungan Antara Brand Experience dan Customer Engagement	51
2.2.4	Hubungan Antara Customer Engagement dan Brand Evangelism.....	52
2.2.5	Hubungan Antara Menu Innovation dan Brand Evangelism dimediasi oleh Customer Engagement	54
2.2.6	Hubungan Antara Packaging Innovation dan Brand Evangelism dimediasi oleh Customer Engagement.....	55
2.2.7	Hubungan Antara Brand Experience dan Brand Evangelism dimediasi oleh Customer Engagement	56
2.3	Penelitian Terdahulu	1
2.4	Kerangka Pemikiran	1
2.5	Hipotesis Penelitian	5
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	6
2.6.1	Variabel dan sub variabel penelitian.....	6

2.6.2	Lokasi dan Objek Penelitian	6
2.6.3	Waktu dan Periode Penelitian	6
BAB III.....		7
METODE PENELITIAN.....		7
3.1	Jenis Penelitian	7
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	9
3.2.1	Operasional Variabel	9
3.2.2	Skala Pengukuran	23
3.3	Tahapan Penelitian.....	24
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi.....	26
3.4.2	Sampel.....	27
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	29
3.6	Uji Validitas dan Realiabilitas.....	30
3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	35
3.7.1	Teknik Analisis Data	35
3.7.2	Analisis Deskriptif	36
3.7.3	Analisis <i>SEM-PLS</i>	37
3.7.4	Pengukuran Model (Outer Model)	39
3.7.5	Pengukuran Struktural (Inner Model).....	40

3.7.6	Pengujian Hipotesis	41
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Karakteristik Responden	44
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per-Bulan	47
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Starbucks dalam 1 Bulan Terakhir	49
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Starbucks Member	49
4.2	Analisis Deskriptif	50
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Menu Innovation</i>	50
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Packaging Innovation</i>	59
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Experience</i>	65
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Engagement</i>	73
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Evangelism</i>	78
4.3	Hasil Penelitian	83
4.3.1	Uji Measurement Model (Outer Model)	83
4.3.2	Uji Structural Model (Inner Model)	93
4.3.3	Uji Hipotesis	97

4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
4.4.1	Pembahasan Karakteristik Responden.....	102
4.4.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	105
BAB V		112
KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Saran	113
5.2.1	Aspek Teoretis.....	113
5.2.2	Aspek Praktis.....	114
LAMPIRAN		116
DAFTAR PUSTAKA		131