

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.1.1. Latar Belakang Praktis..... | 1 |
| 1.1.2. Latar Belakang Teoritis | 8 |
| 1.1.3. Tinjauan Konsumen..... | 19 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 21 |
| 1.3. Pertanyaan Riset | 24 |
| 1.4. Tujuan Riset | 25 |
| 1.5. Lingkungan Riset..... | 25 |
| 1.5.1. Model Riset | 25 |
| 1.5.2. Obyek Riset..... | 25 |
| 1.5.3. Lokasi dan Waktu Penelitian | 26 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 27 |
| 2.1 Logika Layanan Dominan (<i>Service Dominant Logic</i>)..... | 27 |
| 2.2 Nilai Kreasi Bersama | 30 |
| 2.3 Pelibatan Konsumen merek..... | 32 |
| 2.4 Nilai Merek yang Dirasakan..... | 33 |
| 2.5 Hiburan..... | 34 |
| 2.6 Kustomisasi | 35 |
| 2.7 Keinteraksian..... | 37 |
| 2.8 Getuk Tular Daring | 38 |
| 2.9 Kekinian | 40 |
| 2.10 Hubungan antara Hiburan dengan Nilai Kreasi Bersama | 42 |
| 2.11 Hubungan antara Kustomisasi dengan Nilai Kreasi Bersama | 44 |
| 2.12 Hubungan anatara Keinteraksian dengan Nilai Kreasi Bersama | 46 |
| 2.13 Hubungan antara Getuk Tular Daring dengan Nilai Kreasi Bersama..... | 49 |
| 2.14 Hubungan antara Kekinian dengan Nilai Kreasi Bersama..... | 51 |
| 2.15 Hubungan antara Nilai Kreasi Bersama dengan Pelibatan Konsumen Merek..... | 53 |
| 2.16 Hubungan antara Nilai Kreasi Bersama dengan Nilai Merek yang Dirasakan..... | 56 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 2.17 | Hubungan antara Pelibatan Konsumen Merek dengan Nilai Merek yang Dirasakan | 58 |
| 2.18 | Model Riset | 60 |
| BAB III | METODE RISET | 63 |
| 3.1. | Pendekatan Riset | 63 |
| 3.2. | Definisi Operasional dan Pengukuran | 64 |
| 3.2.1. | Hiburan | 64 |
| 3.2.2. | Kustomisasi | 65 |
| 3.2.3. | Keinteraksian | 65 |
| 3.2.4. | Getuk Tular Daring | 66 |
| 3.2.5. | Kekinian | 67 |
| 3.2.6. | Nilai Kreasi Bersama | 68 |
| 3.3.7. | Pelibatan Konsumen Merek | 68 |
| 3.3.8. | Nilai Merek yang Dirasakan | 69 |
| 3.3. | Desain Pengambilan Sampel | 70 |
| 3.3.1. | Metode Pengambilan Sampel | 70 |
| 3.3.2. | Populasi dan Unit Sampel | 71 |
| 3.3.3. | Ukuran Sampel | 72 |
| 3.3.4. | Daerah Sebaran Kuesioner | 72 |
| 3.4. | Skema Penyebaran Kuesioner | 73 |
| 3.5. | Profil Responden | 73 |
| 3.6. | Obyek Riset | 77 |
| 3.7. | Metode Pengumpulan Data | 85 |
| 3.8. | Instrumen Riset | 86 |
| 3.9. | Metode Analisis Data | 87 |
| 3.9.1. | Persamaan Dasar | 88 |
| 3.9.2 | Evaluasi Model | 91 |
| 3.9.3. | <i>Uji Model Fit</i> | 94 |
| 2.9.4. | Tingkat Signifikan | 95 |
| 3.9.5. | Pengujian Hipotesis | 96 |
| BAB IV | ANALISIS DATA | 97 |
| 4.1 | Kualitas Data Penelitian | 97 |
| 4.1.1. | Statsitik Deskriptif | 97 |
| 4.1.2. | Matrik Korelasi Antar Variabel | 99 |
| 4.2 | Evaluasi Model Pengukuran | 101 |
| 4.2.1 | Validitas | 101 |
| 4.2.2 | Pengujian Reliabilitas | 104 |
| 4.3 | Evaluasi Model Struktural | 106 |
| 4.3.1. | R Square (R ²) | 106 |
| 4.3.2. | F Square | 107 |
| 4.4 | Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>) | 108 |
| 4.4.1 | Model Fit | 109 |
| 4.4.2 | Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>) | 109 |
| 4.5 | Pengujian Hipotesis | 110 |
| 4.5.1. | Pengujian Hipotesis Pertama | 110 |
| 4.5.2. | Pengujian Hipotesis Kedua | 114 |

| | | |
|-------|--|-----|
| | 4.5.3. Pengujian Hipotesis Ketiga | 116 |
| | 4.5.4. Pengujian Hipotesis Keempat | 119 |
| | 4.5.5. Pengujian Hipotesis Kelima | 122 |
| | 4.5.6. Pengujian Hipotesis Keenam | 125 |
| | 4.5.7. Pengujian Hipotesis Ketujuh | 129 |
| | 4.5.8. Pengujian Hipotesis Kedelapan | 133 |
| | 4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis | 136 |
| BAB V | KESIMPULAN | 139 |
| | 5.1 Kesimpulan | 139 |
| | 5.2 Implikasi Manajerial | 144 |
| | 5.3 Keterbatasan Riset | 149 |
| | 5.4 Arahan Riset Mendatang | 150 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 151 |
| | LAMPIRAN | 159 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|-----|
| Tabel 3.1 | Item pengukuran Variabel Hiburan | 64 |
| Tabel 3.2 | Item pengukuran Variabel Kustomisasi..... | 65 |
| Tabel 3.3 | Item pengukuran Variabel Keinteraksian | 66 |
| Tabel 3.4 | Item pengukuran Variabel Getuk Tular Daring | 67 |
| Tabel 3.5 | Item pengukuran Variabel Kekinian..... | 67 |
| Tabel 3.6 | Item pengukuran Variabel Nilai Kreasi Bersama..... | 68 |
| Tabel 3.7 | Item pengukuran Variabel Pelibatan Konsumen Merek..... | 69 |
| Tabel 3.8 | Item pengukuran Variabel Nilai Merek yang Dirasakan. | 69 |
| Tabel 3.9 | Profil Responden | 74 |
| Tabel 4.1 | Analisis Deskriptif | 98 |
| Tabel 4.2 | Hasil Pengujian Korelasi Pearson | 100 |
| Tabel 4.3 | Hasil Validitas Konvergen..... | 101 |
| Tabel 4.4 | Average Variance Extracted | 103 |
| Tabel 4.5 | Hasil <i>Fornell-Larcker</i> | 103 |
| Tabel 4.6 | Hasil Pengujian Reliabilitas | 104 |
| Tabel 4.7 | Koefisien R..... | 106 |
| Tabel 4.8 | F Square | 107 |
| Tabel 4.9 | Uji Model Fit | 109 |
| Tabel 4.10 | <i>Path Coefficient</i> | 110 |
| Tabel 4.11 | Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis | 136 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Model Riset | 61 |
| Gambar 3.1 Tampilan Akun Instagram MsGlowBeauty | 78 |
| Gambar 3.2 Tampilan Akun Instagram <i>Scarlettwhitening</i> | 79 |
| Gambar 3.3 Tampilan Akun Instagram Avoskinbeauty | 80 |
| Gambar 3.4 Tampilan Akun Instagram Wardahbeauty | 82 |
| Gambar 3.5 Tampilan Akun Instagram White Lab | 83 |
| Gambar 3.6 Tampilan Akun Instagram BioBeautyLab | 84 |
| Gambar 3.7 Tampilan Akun Instagram Emina..... | 85 |
| Gambar 3.8 Model Struktural dan Model Pengukuran Penelitian..... | 89 |
| Gambar 4.1 Gambar Model Penelitian Hasil Pengujian Hipotesis..... | 138 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner | 159 |
| Lampiran 2: Data Frekuensi Profil Responden..... | 167 |
| Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas | 171 |
| Lampiran 4. Model Fit | 174 |
| Lampiran 5. PLS setelah <i>Bootstrapping</i> | 174 |
| Lampiran 6. Hasil estimasi Model PLS Algorithm..... | 176 |
| Lampiran 7. Hasil estimasi Model Bootstrapping | 177 |