

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Perilaku Konsumen	10
2.2 Merek.....	11
2.3 Model <i>Stimulus-Organism-Response</i>	12
2.4 <i>Stimulus</i>	13
2.4.1 Publikasi Merek di Instagram	13
2.5 <i>Organism</i>	15
2.5.1 Persepsi Kreativitas	15
2.5.2 Emosi Positif	17
2.6 <i>Response</i>	18
2.6.1 Komitmen Afektif	18
2.6.2 Niat Interaksi.....	19
2.7 Pengembangan Hipotesis	20

2.7.1	Persepsi Kreativitas Dari Publikasi Merek Terhadap Emosi Positif	20
2.7.2	Persepsi Kreativitas Dari Publikasi Merek Terhadap Komitmen Afektif	21
2.7.3	Persepsi Kreativitas Dari Publikasi Merek Terhadap Niat Interaksi.....	21
2.7.4	Emosi Positif Karena Publikasi Merek Terhadap Komitmen Afektif	22
2.7.5	Emosi Positif Karena Publikasi Merek Terhadap Niat Interaksi	23
2.7.6	Komitmen Afektif Terhadap Niat Interaksi.....	24
2.8	Kerangka Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Metode Pengumpulan Data	27
3.3	Metode Penyampelan	28
3.4	Definisi Operasional Variabel	30
3.4.1	Persepsi Kreativitas	31
3.4.2	Emosi Positif	31
3.4.3	Komitmen Afektif	32
3.4.4	Niat Interaksi.....	33
3.5	Uji Validitas	33
3.6	Uji Reliabilitas.....	34
3.7	Statistik Deskriptif	35
3.8	Instrumen Penelitian	36
3.9	Metode Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	39
4.2	Profil Responden.....	39
4.3	Hasil Analisis Model Pengukuran	41
4.3.1	Uji Validitas	41
4.3.2	Uji Reliabilitas	43
4.3.3	Statistik Deskriptif	44
4.4	Hasil Analisis Model Struktural dan Pengujian Hipotesis	45
4.5	Pembahasan	53

4.5.1 Persepsi Kreativitas Berpengaruh Positif pada Emosi Positif	53
4.5.2 Persepsi Kreativitas Berpengaruh Positif pada Komitmen Afektif.....	56
4.5.3 Persepsi Kreativitas Berpengaruh Positif pada Niat Berinteraksi.....	57
4.5.4 Emosi Positif Berpengaruh Positif pada Komitmen Afektif	59
4.5.5 Emosi Positif Berpengaruh Positif pada Niat Berinteraksi	60
4.5.6 Komitmen Afektif Pengikut Berpengaruh Positif pada Niat Berinteraksi	62
4.5.7 Pengaruh Variabel Intervening	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Implikasi Praktis	73
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	78